



Millä perusteella lainapankki valitaan? - Case Finanssialan yritys X

Kuivalainen, Piia

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Millä perusteella lainapankki valitaan? -
Case Finanssialan yritys X

Piia Kuivalainen
Liiketalous
Opinnäytetyö
Huhtikuu, 2014

Kuivalainen, Piia

Millä perusteella lainapankki valitaan? - Case Finanssialan Yritys X

Vuosi 2014

Sivumäärä 47

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää asuntolainanottajien pankin valinnan syitä: valitaanko pankki sen vuoksi, että samassa pankissa on asioitu koko elämä vai vaikuttaako hinta asuntolainan pankin valintaan. Tutkimusongelma on millä perusteella lainapankki valitaan?

Opinnäytetyössä käsitellään myös asuntolainanottajien säästämistä. Mitkä syyt vaikuttavat siihen, että lainan maksajat haluavat tai eivät halua säästää asuntolainan maksun ohessa?

Tutkimuskohteena olivat Finanssialan Yritys X:n Kanta-Helsingin konttorin asiakkaat, jotka ovat ottaneet asuntolainan kyseisestä Kanta-Helsingin konttorista viimeisen 6 kuukauden aikana.

Tutkimus suoritettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen. Haastattelumenetelmänä käytettiin puolistrukturoitua haastattelua. Jokaista tutkittavaa haastateltiin yksittäin joko Kanta-Helsingin konttorissa tai puhelinhaastatteluna. Tutkimusaineisto analysoitiin tyypittelemällä eli etsimällä eroja ja yhteneväisyyksiä Patisen tutkimuksen ”Ensiasunnonostajan lainapankin valinta kriteerit”.

Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että hinta ei ole ratkaiseva asia pankin valinnassa. Johdopäätöksistä voidaan todeta ensiasunnonostajien kilpailuttavan useammin asuntolainoja, kuin useamman asuntolainan ottaneet. Tuloksena opinnäytetyöstä saatiin kehitysehdotus Yritys X:lle sekä kuinka vanhat asiakkaat pystytään pitämään asiakkaina. Opinnäytetyön tutkimusongelmaan pystyttiin vastaamaan ja opinnäytetyön tavoitteet saavutettiin.

Asiasanat asuntolaina, kilpailuttaminen, ostokäyttäytyminen, laadullinen haastattelututkimus

Kuivalainen, Piia

The criteria for choosing a mortgage bank: - a case study of the financial services Company X

Year	2014	Pages	47
------	------	-------	----

Purpose of this thesis was to investigate the reasons behind the choice of bank for mortgage customers, namely whether the bank is selected because of a lifelong relationship with the bank or whether the cost of the mortgage is the main factor in the decision.

The thesis also examines the mortgage customer's saving habits, and specifically the factors that influence the loan payer's desire to save in conjunction with mortgage payment.

The study was carried out at Company X's office in Helsinki using the regular customers of the company, who had taken a mortgage from that branch in the past 6 months.

The study was conducted using qualitative research methods, with data acquired through semi-structured interviews. Each subject was interviewed individually either at the office or by telephone. The data was analyzed by identifying differences and similarities with Patinen's research "First owned dwelling buyer's criterions for choosing a loan bank".

From the results it can be concluded that price is not a decisive factor in choosing a bank. It can also be concluded that first-time buyers of a mortgage more often request for competing offers for loans than customers who have experience in taking loans. An outcome of the thesis project was a development suggestion for Company X as well as valuable information on how to retain old customers. The thesis was able to answer the research problem and therefore the objectives were achieved.

Key words home loan, competitive bids, buying behavior, qualitative interview research

Sisällys

1	Johdanto	7
1.1	Työntausta ja tavoitteet	7
1.2	Työn rakenne	7
1.3	Työn rajaus	8
2	Asuntolaina	9
2.1	Tasalyhenteinen laina	10
2.2	Annuiteettilaina	10
2.3	Kiinteä tasaerälaina	10
2.4	Kertalyhenteinen laina eli bullet-laina	11
2.5	Lyhennysvapaa	11
3	Asuntolainan kokonaiskustannukset	11
3.1	Lainan marginaali	11
3.2	Lainan viitekorko	12
3.2.1	Euribor korko	13
3.2.2	Prime-korko	13
3.3	Palvelumaksut	13
3.4	Laina-aika	14
3.5	Lainaturva	15
3.6	Korkokatto	16
4	Asuntolainan kilpailutus	16
4.1	Asiakasuskollisuus	17
4.2	Kuluttajakäyttäytyminen	18
4.3	Ostokäyttäytymiseen vaikuttavat tekijät	20
4.3.1	Psykologiset tekijät	22
4.3.2	Ostoprosessin vaiheet	23
5	Tutkimus	26
5.1	Tutkimusongelma	26
5.2	Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohdat	27
5.3	Aiheen valinta	28
5.4	Finanssialan yritys X	28
5.5	Tutkimusmenetelmät	28
5.5.1	Puolistrukturoituhaastattelu	29
5.6	Tutkimuksen aineisto ja rajaus	30
5.6.1	Tutkimuskysymykset	31
5.7	Tutkimusaineiston analysointi	31
5.8	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	37
6	Tutkimustulosten tulkinta	38

7	Johtopäätökset	40
8	Kehitysehdotukset	42
9	Jatkotutkimusmahdollisuudet	42
	Lähteet	44
	Taulukot	47

1 Johdanto

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia toimeksiantajan Finanssialan Yritys X:n laina-asiakkaiden lainapankin valintakriteereitä yhden Kanta-Helsingin konttorin laina-asiakkaista. Jokaisella ihmisellä on eri kriteereitä valita lainapankki. Finanssialan Yritys X on rahoituslaitos joka kuuluu yhteen suurempaan pohjoismaiseen konserniin.

1.1 Työtausta ja tavoitteet

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kerätä tietoa toimeksiantajalle asiakkaiden syistä miksi juuri Finanssialan Yritys X valitaan lainapankiksi. Millä tavalla asuntolaina-asiakkaat säästävät lainanmaksun ohessa ja mitkä asiat siihen vaikuttavat? Tämä aihe valittiin toimeksiantajan pyynnöstä, sillä haluttiin saada enemmän selvyyttä lainanmaksajien säästämismuodoista. Sillä suomalaiset ovat pohjoismaiden huonoimpia säästäjiä. Opinnäytetyön tarkoituksena oli myös antaa toimeksiantaja yritykselle hyviä ideoita miten lainaneuvotteluja ja prosesseja voidaan kehittää.

Idea opinnäytetyön aiheeseen lähti opinnäytetyöntekijän kiinnostuksesta asuntolainoja kohtaan. Aihetta tutkimalla asuntolainoihin pystyy perehtymään parhaiten.

1.2 Työn rakenne

Opinnäytetyö koostuu johdannosta, teoreettisesta viitekehyksestä sekä tutkimusosiosta. Johdanto on johdatus opinnäytetyöhön. Johdannosta ilmenee työn tausta ja tavoitteet, työn rakenne ja työn rajaus.

Johdannon jälkeen opinnäytetyössä käydään opinnäytetyön aiheeseen liittyvä teoria läpi monipuolisten kirjallisuus ja Internet lähteiden avulla. Ensimmäisessä luvussa käsitellään asuntolainaan liittyviä lyhennysvaihtoehtoja eli tasalyhenteinen laina, annuiteetilaina, tasaerälaina, bullet eli kertalyhenteinen laina sekä lyhennysvapaa. Toisessa luvussa käsitellään asuntolainan kokonaiskustannuksia kuten: marginaalia, viitekorkoa, palvelumaksua, laina-aikaa, lainaturvaa ja korkokattoa.

Viimeisessä teoriaosuudessa käsitellään asuntolainan kilpailuttamista joka on pääluke ja alalukuita ovat: asiakasuskollisuus, kuluttaja- ja ostokäyttäytyminen jotka ovat laajoja teoriaosuuksia, sekä sen osat psykologiset tekijät ja ostoprosessin vaiheet.

Tutkimusosuus alkaa tutkimusongelmasta ja tutkimuksessa käytetyistä tutkimusmenetelmistä. Aiheen valintaan johtaneet seikat sekä Finanssialan Yritys X:n esittely tehdään tutkimuskap-

paleen alkupuolella. Tutkimusmenetelmien jälkeen tutkimusosuudessa käsitellään tutkimusaineistoa ja sen analysointia. Tutkimusosuus päättyy tutkimuksen luotettavuuden arviointiin.

Kappale kuudessa käydään läpi tutkimuksen tulosten tulkintaa. Kappale seitsemän käsittelee tutkimuksen johtopäätöksiä tutkimustulosten pohjalta. Työn viimeiset kappaleet käsittelevät kehitysehdotuksia Finanssialan Yritys X:lle ja opinnäytetyön aiheen jatkotutkimusmahdollisuuksia. Työn lopussa on työssä käytetyt kirjallisuuslähteet ja Internet-lähteet sekä julkaisemattomat lähteet.

1.3 Työn rajaus

Tarkoitus on tutkia asuntolainan valintakriteerejä. Opinnäytetyön tekijä on kiinnostunut asuntolainoista ja halu kehittää omaa tietotaitoa kyseisellä alueella oli syy miksi juuri asuntolainat ja pankin valinta on valittu aiheeksi. Nykyaikana ihmiset valitsevat hyvin eritavalla oman lainapankin, joten aiheen tutkiminen oli mielenkiintoista.

Teoriaosuus on pohjana tutkimuskysymyksille ja tutkimukselle. Teoriaosuus johdattelee lukijan ymmärtämään asuntolainaan liittyviä asioita. Asuntolainan teoriaosuus sisältää asuntolainan lyhennystavat ja marginaalista aina kilpailutukseen asti. Näiden pohjalta aiheesta tietämätön saa hyvän käsityksen asuntolainoista ja nämä asiat liittyvät suoraan aiheen tutkimusongelmaan. Omia otsikoita ei ole tehty esimerkiksi varainsiirtoverosta, sillä se ei liity aiheen tutkimusongelmaan.

Tutkimusalueeksi on rajattu Kanta-Helsingin yhden konttorin laina-asiakkaihin. Kyseinen Kanta-Helsingin konttori on valittu tutkimukseen siitä syystä, että opinnäytetyön ohjaaja toimii kyseisessä konttorissa konttorinjohtajana. Opinnäytetyön tekijä työskentelee myös kyseisellä alueella, mutta eri konttorissa. Tämän takia opinnäytetyön tekijä etsi ohjaajan kyseiseltä alueelta.

2 Asuntolaina

Nykyään oman asunnon ostaminen on tullut monelle ihmiselle omaksi asumismuodoksi ja monet suomalaiset ovat perinteisesti halunneet omistaa oman asunnon. Oman asunnon ostaminen on myös säästämismuoto. Jokainen lainanlyhennys tarkoittaa oman varallisuuden kasvattamista (Tuhkanen 2006, 258-259). Asuntolainaa haetaan yleensä asunnon vaihtoon, asunnon rahoittamiseen tai asuntojen peruskorjaukseen. (Alhonsuo, Nisén, Nousiainen, Pellikka & Sundberg 2012, 245).

Suurin osa asuntolainoista rahoitetaan pankin myöntämillä lainoilla ja omilla säästöillä. Asuntolainojen omarahoitussuus on noin 10 %, tästä huolimatta on pystynyt saamaan 0 prosenttisia omarahoitussuuksia asuntolainoihin hyvillä perusteluilla. Perussääntönä asuntolainoille on, että laina on maksettu eläkeikään mennessä pois, sillä eläkeikäisenä tulot putoavat. Kun asunto on maksettu kokonaan pois, niin kuluja syntyy pelkästään oman asunnon hoitovastikkeesta. Tämä tekee huomattavan säästön verrattaessa vuokralla asumiseen. Asuntolainan saamisen edellytyksenä on oman tulotason riittävyys, jotta pystytään ongelmitta maksamaan lainan maksuerä takaisin pankille. (Tuhkanen 2006, 258-259).

Asuntolainan hakeminen onnistuu nykyään helposti verkkopankin, Internetin tai konttorissa käynnin kautta (Tuhkanen 2006, 258-259). Tiukentuneiden lainaehdojen merkityksen vuoksi ihmiset ovat alkaneet kilpailuttamaan asuntolainoja. Pankkeja kilpailuttamalla voi myös säästää tuhansia euroja, selvittää kuinka paljon voi saada asuntolainaa sekä millaisilla lainaehdoilla ja lyhennystavalla se on mahdollista. (Asuntolainat 2011, Asuntolainan kilpailuttaminen; Infopankki 2014, Oma asuntolaina).

Asuntolainan vakuutena on yleensä ostettavasta asunnosta noin 75 % ja loput 25 % voivat olla joko Valtion takaama laina eli omatakaus tai jonkin muu reaalivakuus. Valtion takaamalla lainalla voi saada enintään 50 000 euroa ja 20 % suuruisen takauksen. Koko asunto otetaan lainan vakuudeksi, mutta se ei ole riittävää vakuus pankille. Jos asunnonostaja on säästänyt osan asunnon hinnasta, niin silloin nämä varat käyvät vakuutena, eikä takaajaa tarvita. Myös jokin muu varallisuus käy tämän vakuutena (Finanssi Yritys X:n intranet 27.2.2014).

Ostettavasta asunnosta maksetaan kaupanteon yhteydessä Valtiolle varainsiirtovero, joka on 2 % asunto-osakeyhtiössä ja 4 % kiinteistöosakeyhtiössä. Ensiasunnonostajat jotka ovat 18-39 vuotiaita ja ostavat asunnon omaan käyttöön, niin heidän ei tarvitse maksaa varainsiirtoveroa. (Pitkänen 2004, 32).

Se millä tavalla asuntolainaa lyhennetään, vaikuttaa koko laina-aikana maksettavien lainanhoitoerien sekä maksettavien korkojen määrään. Lainaerän suuruuteen vaikuttaa myös laina-

aika (Pitkänen 2004, 33). Asuntolainan lyhennysvaihtoehtoja ovat: tasalyhenteinen laina, annuiteettilaina sekä kiinteä tasaerälaina (Tuhkanen 2006, 263).

2.1 Tasalyhenteinen laina

Tasalyhenteisessä lainassa lyhennetään lainaa aina samansuuruisena eränä sovitun laina-ajan. Maksuerä sisältää lyhennyksen sekä lainan korot, joiden suuruus pienenee jokaisen lyhennyksen mukaan. Loppua kohden maksuerät pienenevät ja ovat alkuun suuremmat. Jos lainan maksuerä muuttuu, se johtuu koron määrän pienemisestä, sillä velan pienentyessä myös lainasumma pienenee. (Alhonsuo ym. 2012, 248).

Tasalyhenteinen laina tulee halvimmaksi, sillä korkoja maksetaan vähemmän kuin annuiteettilainassa ja kiinteässä tasaerälainassa, lainan osuutta lyhennetään alusta asti reippaasti. Toisille velallisille tasalyhenteinen laina tulee alkuun maksuerältään liian suureksi ja tämän takia moni velallinen päätyy ottamaan annuiteettilainan. (Linnainmaa & Palo 2007, 86). Näin ollen maksukyvyyn on oltava hyvä heti lainanmaksun alusta alkaen, sillä koron osuudet ovat suuret lainan nostosta lähtien. (Alhonsuo ym. 2012, 248).

2.2 Annuiteettilaina

Annuiteettilainassa kuukausierät pysyvät aina samansuuruisina. Maksuerä sisältää aina sekä lainan lyhennyksen ja korot. Tämän takia lainan velkaosuus lyhenee alkuun hitaammin kuin tasalyhenteisessä lainassa. Tämän takia annuiteettilaina tulee korkorasitukseltaan suuremmaksi lainaksi kuin tasalyhenteinen laina. Annuiteettilainan maksuerät pysyvät niin kauan muuttumattomana, kun lainan markkinakorko pysyy samana. Lainan viitekoron muuttuessa, myös lainan maksuerä voi muuttua tai laina-aika voi pidentyä. (Linnainmaa & Palo 2007, 86).

2.3 Kiinteä tasaerälaina

Kiinteä tasaerälaina tarkoittaa sitä, että koko laina-ajan lainanlyhennys eli maksuerä pysyy muuttumattomana. Viitekoron muuttuessa, koko laina-aika muuttuu vastaavasti viitekoron kanssa. Jos viitekorko nousee, niin silloin laina-aika myös pitenee, eli lainan osuutta lyhennetään maksuerässä vähemmän ja samalla myös lainaa joudutaan maksamaan pidempään. Vastaavasti viitekoron laskiessa laina-aika laskee, koska lainaa lyhennetään enemmän ja korkoja maksetaan vähemmän. (Alhonsuo ym. 2012, 232).

2.4 Kertalyhenteinen laina eli bullet-laina

Kertalyhenteinen laina eli bullet-laina maksetaan aina yhdessä maksuerässä takaisin, kun laina-aika päättyy. Korot voidaan sopia kertalyhenteisessä lainassa, niin että korot maksetaan sopimuksen mukaan joko puolivuositain, neljännesvuositain tai kuukausittain. (Alhonsuo ym. 2012, 249).

2.5 Lyhennysvapaa

Asuntolainan ottajalla voi olla myös mahdollisuus saada lyhennysvapaata lainan alkuun jopa vuodeksi tai kahdeksi. Lyhennysvapaassa täytyy kuitenkin maksaa korkoa joka kuukausi lyhentämättömälle pääomalle, mutta itse lainaosuus ei lyhene tänä aikana ollenkaan. Tämä pidentää laina-aikaa, mutta tuo lainanmaksuun helpotusta. (Linnainmaa & Palo 2007, 87).

3 Asuntolainan kokonaiskustannukset

Asuntolainojen kokonaiskustannukset muodostuvat kaikista lainaan liittyvistä kuluista kuten: marginaalista, suorakulusta, viitekorosta, lainan järjestyspalkkioista ja muista palkkioista. (Simola 2013, Pitkää vai lyhyttä asuntolainan koroksi?). Myös toimitusmaksut ja mahdolliset muut palkkiot sisältyvät lainan kokonaiskustannuksiin. (Tuhkanen 2006, 34).

Lainan koron lisäksi kaikki muut lainaan liittyvät kulut muodostavat lainan kokonaiskustannukset eli lainan todellisen vuosikoron. Laina-asiakkaille on lain mukaan kerrottava kaikki lainaan liittyvät kustannukset eli lainan todellinen vuosikorko. (Tuhkanen 2006, 34). Kulut ja palkkiot ovat pankkikohtaisia, joten lainatarjouksesta kannattaa varmistaa, että pankki on merkinnyt siihen todellisen vuosikoron. Todellisen vuosikoron perusteella pystyy valitsemaan halvimman lainatarjouksen (Linnainmaa & Palo 2007, 85-86). Alla olevissa kappaleissa lainan yksityiskohdalliset kokonaiskustannukset on käyty tarkemmin läpi.

3.1 Lainan marginaali

Lainan koron päälle lisätään vielä marginaali, joka ilmoitetaan prosenttiyksikkönä. Lainan viitekoron esimerkiksi Prime-koron päälle lisätään lainan marginaali. Lainan marginaali voi olla esimerkiksi 0,6 prosenttiyksikköä ja lainan viitekorko 5,017 prosenttiyksikköä, näin ollen lainan kokonaiskoroksi tulee 5,617 %. Korkomarginaalit vaihtelevat asiakaskohtaisesti, ja siksi marginaalista kannattaa keskustella pankin kanssa (Linnainmaa & Palo 2007, 86).

Lainan marginaaleja voi Handelsbankenin Riitta Hallilan mukaan hinata alaspäin, jos keskittää samaan rahoituslaitokseen sekä kortit, että säästämisen. Marginaalien hinnat vaihtelevat

pankkien keskinäisestä kilpailusta, sillä asuntolainan ottajia on aiempaa vähemmän. (Vaalisto & Karhunen 2013, Ei enää listahintoja! Asuntolainan marginaalit repesivät - katso tämän hetken tasot).

Nordean tämän hetkinen marginaali on 1,5 % molemmin puolin eli joko yli tai alle 1,5 %.

Osuuspankilla tämän hetken marginaali on 1,5-1,9 %. Aktian marginaali on 1,2-1,5 %. Danske Bankin marginaali on 1,3-1,9 % ja Handelsbankenin marginaali on 1-2 %. (Vaalisto & Karhunen 2013, Ei enää listahintoja! Asuntolainan marginaalit repesivät - katso tämän hetken tasot).

3.2 Lainan viitekorko

Lainan korolla tarkoitetaan pankilta tai muulta taholta lainattua rahaa. Nämä lainatut rahat joudutaan myös maksamaan takaisin. Takaisinmaksun lisäksi joudutaan myös maksamaan ylimääräistä rahaa jota kutsutaan koroksi. Korko lasketaan lainatusta rahasummasta prosentteina. Näillä lainan koroilla pankit hankkivat itselleen voittoa (Mason & Gordon 2010, 26, 32).

Asuntolainoissa on yleensä viitekorko. Pankin kanssa on myös mahdollista sopia kiinteästä korosta eli korko pysyy sovitun ajan samana esimerkiksi 3-5 vuotta, vaikka markkinakorot muuttuisivat (Mason & Gordon 2010, 28). Yleensä Suomessa kiinteäkorkoisia lainoja tarjotaan pelkästään alle kymmenen vuoden kiinteällä korolla ja on harvinaista jos kiinteäkorkoinen ajanjakso on päälle kymmenen vuotta. Yleensä kiinteäkorkoisia ajanjaksoja tarjotaan kolmeksi tai viideksi vuodeksi. Kiinteänkoron päätyttyä uusi korko muodostuu sen hetken markkinakoron mukaan ja rahalaitoksen rahoituskulujen tai sen hetkisen viitekoron perustella. Laina-asiakkaalla voi myös tässä vaiheessa olla mahdollisuus maksaa laina takaisin ilman erillisiä kustannuksia. (Tuhkanen 2006, 37).

Pitkien asuntolainojen vaarana on runsas koron nousu, joka saattaa vaikeuttaa suurien asuntolainojen takaisinmaksua. Pitkien asuntolainojen takia nykyisin on mahdollista sopia pankin kanssa, että ensimmäiset pari vuotta ovat esimerkiksi kiinteitä korkoja ja tämän jälkeen korko muuttuu vaihtuvakorkoiseksi. (Linnainmaa & Palo 2007, 85). Korkojen nousulta voidaan myös suojautua erilaisten korkosuojien avulla. (Alhonsuo ym. 2012, 247). Alla olevassa lainaturva kappaleessa aihetta käsitellään lisää.

Tilinhoitomaksu ja muut lainan kulut on hyvä selvittää ennen lainanottamista. Näistä syntyy lainan todellinen vuosikorko. Korot vaihtelevat markkinatilanteen mukaan (Mason & Gordon 2010, 28). Erilaisia korko vaihtoehtoja asuntolainoissa ovat: 3 kuukauden euribor, 6 kuukauden euribor, 12 kuukauden euribor sekä Prime-korko.

Prime-korot ovat pankkien omia korkoja, kun taas euribor korot ovat euroalueen markkinakorkoja. (Linnainmaa & Palo 2007, 85). Euribor korot lasketaan 50 eri Euroopan parhaimmiksi luokiteltujen pankkien antamien noteerausten keskiarvon pohjalta. Ensimmäiset 15 % ja viimeiset 15 % huonoiten noteerattua korkoa jätetään painottamattomasta keskiarvosta pois ja korko lasketaan näiden välissä olevien pankkien noteerausten pohjalta. (Suomen pankki 2014, Euribor*-korot ja Eonia*-korko, kuukauden keskiarvo).

3.2.1 Euribor korko

12 kuukauden euribor korko on yleisin korko johon asuntolainat ovat sidottuina. Euribor korot ovat euroalueen markkinakorkoja. 12 kuukauden euribor on sidottu 12 kuukaudeksi sen päivän viitekoron mukaan, jolloin asuntolaina on nostettu. Näin ollen lainan viitekorko on seuraavat 12 kuukautta sama. Vuoden kuluttua tarkistetaan sen päivän markkinakorko ja korko määräytyy noteerauksen mukaan. (Linnainmaa & Palo 2007, 85).

3 kuukauden ja 6 kuukauden euribor korot lasketaan samalla tavalla kuin 12 kuukauden korot, mutta ne vaihtuvat nopeammin laina-asiakkaalla. 3 kuukauden jälkeen euribor korko muuttuu sen päivän noteerauksen mukaan uudeksi koroksi. 6 kuukauden euribor korko muuttuu 6 kuukauden jälkeen sen päivän noteerauksen mukaan ja pysyy samana seuraavat 6 kuukautta. (Asuntolainalaskuri 2014, Asuntolainan korko).

3.2.2 Prime-korko

Prime-korot ovat pankkien omia korkoja, jotka seuraavat hitaasti markkinakorkoja. Prime-korkoja ovat esimerkiksi OP-Prime ja Nordea Prime-korko. Prime-koron muutokset ilmoitetaan aina 2 viikkoa ennen voimaantulevaa uutta Prime-korkoa (Linnainmaa & Palo 2007, 85). Prime-korot vaihtelevat eri rahoituslaitoksesta riippuen aina 0,75-1,4 %. (Kauppalehti 2014, Korot).

3.3 Palvelumaksut

Melkein kaikki pankkipalvelut ovat maksullisia. Palvelumaksuja peritään muun muassa tiliotteesta, pankkikortista, laskujen maksusta, tilinylityksestä ja joidenkin maksuautomaattien käytöstä. Eri pankkien palvelumaksut vaihtelevat pankkien asiakkuuksien mukaan, siksi on hyvä vertailla pankkien kuluja. (Mason & Gordon 2010, 26, 25).

Monella pankilla on erilaiset asiakkuusohjelmat laina-asiakkaille. Esimerkiksi Op-pohjolalla on käytössä Etuasiakas ja bonusasiakas. Vastaavasti Nordealla laina-asiakas on avainasiakas. Pal-

velumaksujen suhteen on vaikeaa tehdä vertauksia siitä, mikä pankki tarjoaa matalimmat palvelumaksut. (Niemeläinen 2013).

	Marginaali	Laina-aika	Luottokortit	Visa Electron	Verkkopankki
Aktia	1,2-1,5 %	40 vuotta	4 euroa / kk	4 euroa / kk	0-2 euroa / kk
Danske Bank	1,3-1,9 %	30 vuotta	6,40 euroa / kk kaikki palvelumaksut sisältäen luottokortin 500 e limitillä		0 euroa, mutta jokaisesta palvelusta veloitetaan kulut
Handelsbanken	1-2 %	30 vuotta	30 euroa vuosi (ensimmäinen vuosi ilmainen)	3 euroa / kk	8 euroa / kk, jos sopimus on avattu 1.8.2013 jälkeen
Nordea	1,5 % molemmin puolin	30 vuotta	Ilmainen	2 euroa / kk	Ilmainen
Op-pohjola	1,5-1,9 %	30 vuotta	6,5 euroa kaikki palvelumaksut kuukaudessa luottokortin kanssa	Ilman luottokorttia kaikki palvelumaksut 2,95 euroa kuukaudessa	

Taulukko 1: Vertailussa eri pankkien laina-asiakkaiden kulut. (Vaalisto & Karhunen 2013; Niemeläinen, 9.7.2013; Osuuspankki 2014. Pankkipalvelut; Nordea 2014. Hinnat; Handelsbanken 2014 kortit; Handelsbanken 2014. Verkkopalvelut; Aktia 2014. Hinnasto; Danske Bank 2013. Palveluhinnasto-ote henkilöasiakkaille).

3.4 Laina-aika

Masonin ja Gordonin mukaan ”lainan takaisinmaksuun kuluva aika kutsutaan laina-ajaksi” (2010, 26). Suurempien laina-aikojen kanssa lainan takaisinmaksu tulee kalliimmaksi, kuin lyhyissä laina-ajoissa. Tämä johtuu siitä, että lyhyissä lainoissa esimerkiksi 15 vuoden lainoissa maksetaan vähemmän lainaneriä, kuin 25 vuoden lainaerissä. 25 vuoden lainassa maksueriä on 10 vuotta pidempään kuin lyhyemmässä lainaerässä. Näin lainan korkoeriä ja lyhennyksiä maksetaan enemmän laina-ajan mukaan. (Linnainmaa, L & Palo, M. 2007, 84).

Asiakkaan kannattaa miettiä hänelle paras lainanlyhennystapa ja paras kokonaisedullinen ratkaisu. Lainaa lyhennettäessä korkojen osuus vähenee jokaisen lyhennyksen jälkeen, sillä lainan summa pienenee. Jos lainaa lyhennetään harvoin, niin sen suuremmaksi lainan korkojen osuus lainan kokonaiskustannuksissa muodostuu. (Alhonsuo ym. 2012, 248).

Asuntolainojen laina-ajat vaihtelevat sen mukaan kuinka paljon kullakin lainanottajalla on maksukykyä lyhentää kuukausittain asuntolainaa. Asuntolainan lyhennyksen jälkeen jäävien varojen sijoittamisen on mahdollista esimerkiksi osakkeisiin. Ajan saatossa pitkä asuntolaina myös kartuttaa omaa varallisuutta. Pankit ovat myös ryhtyneet aktiivisesti markkinoimaan asunto- ja rahastosäästämistä, sillä 25 vuoden laina-aika mahdollistaa säästämisen lainanmaksun ohessa. Lyhyemmissä lainoissa laina-asiakas saattaa keskittyä enemmän lainanlyhennykseen kuin säästämiseen. (Tuhkanen 2006, 262-263).

3.5 Lainaturva

Lainaturva on lainaan liitettävä vakuutus jolla suojaudutaan ikäviltä elämäntilanteilta ja lainan takaisinmaksu onnistuu lainaturvalla tällaisesta huolimatta. Finanssi Yritys X:n lainaturva on 18-59 vuotiaille suomalaisille tai henkilöille jotka ovat asuneet Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa tai Norjassa viimeiset 5 vuotta ja kuuluvat Suomen sosiaaliturvan piiriin. Vakuutuksen ottajalta vaaditaan myös työsuhdetta viimeiseltä 6 kuukaudelta ja sen edellytetään myös jatkuvan. Vakuutuksen ottaja ei saa olla tietoinen vakuutusta otettaessa, että hänen työsuhteensa tulee päättymään irtisanomisesta johtuen. (Finanssi Yritys X:n intranet 26.2.2014).

Terveys selvitys vaaditaan tarvittaessa, mutta sitä ei vaadita aina. Lainaturva voidaan tehdä yhdelle tai usealle velalliselle asuntolainaan. Se voidaan tehdä myös takaaajalle, mutta silloin edellytyksenä, on että vähintään lainan yksi velallisista on myös osallisena lainaturvassa. Lainaturvalla voidaan suojautua työttömyyden, kuoleman, tilapäisen työkyvyttömyyden eli sairauksiloman, tapaturmasta aiheutuvan pysyvän työkyvyttömyyden varalta ja tapaturmasta aiheutuneesta pysyvästä haitasta johtuen. (Finanssi Yritys X:n intranet 26.2.2014).

Lainaturva ei suojaa tapauksissa, jos vakuutuksen ottaja joutuu ennen 60 päivää vakuutuksen voimaantulosta työttömäksi, mutta jos hän pystyy todistamaan, että lomautus on tapahtunut äkillisestä tai ennalta arvaamattomasta syystä ennen 60 päivän voimaantuloa. Äkillisiä syitä voivat olla esimerkiksi tulipalo. Muita vastaavia syitä ovat: määräaikaisen työsuhteen päättyminen, tapahtuu lomautus, vakuutettu on yritystoimintaa harjoittava henkilö tai perheenjäsenen tai läheisen yhtiön palveluksessa työskentelevä, työsuhde päättyy koeaikana, tai vakuutetun työttömäksi joutuminen on tahallista tai vapaaehtoista ja ym. Lainaturvan hintaan vaikuttaa ainoastaan turvan määrä. (Finanssi Yritys X:n intranet 26.2.2014).

Mitä enemmän ongelmia lainaturva kattaa, sen enemmän lainaturva myös maksaa asiakkaalle. Lainaturvan hintaan vaikuttaa lainanottajan ikä, lainan määrä, millaiset turvat ja turvatasot ovat lainaturvassa. (Finanssiala Yritys X:n intranet, luettu 26.2.2014).

3.6 Korkokatto

Korkokatto on tuote jota pankit myyvät. Korkokatolla suojaudutaan mahdollisilta koron nousuilta. Markkinakorot voivat nousta miten korkealle tahansa, mutta korkokatossa on määritetty tietty yläraja lainan korolle, jonka yli lainan korko ei nouse, vaikka markkinakorot sen yli nousevat. (Manninen 2013, Moni valitsee korkokaton - ei ehkä kannattaisi). Korkokaton voi sitoa 3, 6 tai 12 kuukauden euriboriin. Hinta riippuu kuinka kauaksi aikaa se otetaan ja korkokaton määrästä. (Finanssialan Yritys X:n intranet, 26.2.2014).

4 Asuntolainan kilpailutus

Asuntolainan ottajista vain puolet kilpailuttaa asuntolainoja. Asuntolainan laina-aikana asuntolainan koron kilpailuttaa vain 37 %, joilla on asuntolainaa. Asiakkaat joilla on asuntolainaa, heistä 35 % harkitsi useampaa kuin yhden pankin valintaa. (Ylikoski & Järvinen 2011, 46-47).

Asuntolainan kilpailuttamisen tarkoituksena on löytää laina-asiakkaalle halvin lainatarjous, jotta asiakas saa parhaimman mahdollisen kaupan. Pienet erot lainoissa, esimerkiksi koroissa ja maksuajoissa voi aiheuttaa suuren säästön lainanmaksussa. (Lainaa 2014, Asuntolaina).

Asuntolainan kilpailutuksella tarkoitetaan usein korkomarginaalin kilpailutusta, mutta myös muita kuluja kuten ehtoja ja palvelumaksuja voidaan kilpailuttaa. (Asuntolaina 2011, Asuntolainan kilpailuttaminen).

Lainan kilpailuttamisella varmistetaan, että asiakas saa pienimmän mahdollisen lainan marginaalin, kaikki lisäkulut kuten palvelumaksut, palkkiot ja muut kulut ovat mahdollisimman pienet. Parhaimman kuvan sopimusehdoista saa kilpailuttamalla laina-ajan ja takaisinmaksutavan. Näitä vertaamalla saa myös helpommin asiakkaalle sopivimman lainatarjouksen. (Lainaa 2014, Asuntolaina).

Vanhan asuntolainan voi myös kilpailuttaa (Lainaa 2014, Asuntolaina). Harvoin lainaehtoja muistetaan 10 vuoden takaa, joten asuntolainan ehdot ja marginaali voi olla paikallaan kilpailuttaa. Osa laina-asiakkaista ajattelee, että vanhaa asuntolainaa ei voi kilpailuttaa, mutta myös vanhat asuntolainat on kilpailutettavissa. (Asuntolainan kilpailuttaminen 2013, Kilpailuta vanha asuntolainasi).

Asiakkaat kilpailuttavat asuntolainoja, sillä näin saattaa säästää useita tuhansia euroja. Pankin valinnassa kannattaa myös kiinnittää huomiota kokonaisuuteen esimerkiksi keskittääkö myös säästämisen ja sen tuomat edut samaan rahalaitokseen. (Asuntolaina 2011, Asuntolainan kilpailuttaminen).

Moni kuluttaja kilpailuttaa asuntolainan luottolaitoksen myös päätöksensä tueksi. Lainamäärät ovat valtavia ja kilpailuttamisen tuomat hyödyt ovat ilmeiset. Pitkät laina-ajat suurien määrien kanssa lainaa muodostuu pitkiksi ja tällöin riskit kuluttajien omista elämäntilanteissa yllättävissä muutoksissa ja vaihtuvakorkoisten lainojen hintojen nousuihin on syytä reagoida. Lainaturvavakuutuksella tällaisilta voidaan välttyä. Kilpailuttamistilanteessa on hyvä tarkistaa, ettei lainaturvavakuutusta ole sidottu pitkään sopimukseen, jonka aikana vanhan asuntolainan kilpailuttaminen ei ole mahdollista. (Peltonen, A. 2011, 22-23).

Asiakkaan tunteminen vaikuttavat siihen millaisia sopimuksia hän pystyy neuvottelemaan finanssiyhtiön kanssa ja millaisia sopimuksia hän pystyy solmimaan. Lopulliset ratkaisut tehdään yhteistyössä finanssipalvelu yhtiön kanssa. (Ylikoski & Järvinen 2011, 36).

4.1 Asiakasuskollisuus

Finanssialalla toimivat yritykset etsivät kilpailuetua muihin alan toimijoihin kehittämällä palvelujaan ja tarjoamiaan. Finanssialan yritykset haluavat olla palvelultaan mahdollisimman laadukkaita ja tarjota asiakkailleen parasta mahdollista palvelua. Osa finanssialan toimijoista pyrkii erikoistumalla saamaan optimaalisen asiakaskunnan ja paljon hyötyä yritykselle, eli finanssitoimijat pyrkivät tarjoamaan vain rajattuja palveluita. On myös muodostunut finanssialantavarataloja, jonne koko pankki- ja vakuutustoiminnan voi keskittää. (Alhonsuo ym. 2012, 61).

Finanssitoimijat määrittelevät omat visionsa ja asiakkaan kilpailuttaessa palvelujaan, tulisi pohtia minkä yrityksen visiot sopivat hänen omaan elämäntilanteeseensa sopivimmin ja luovat hänelle parhaimman palvelukokonaisuuden. Finanssialan asiakkaat saavat enemmän etuja keskittäessään palveluita saman konsernin alle tai käyttäessään yritysten yhteistyökumppaneita. Esimerkiksi mitä enemmän kortteja ja muita palveluita asiakas on keskittänyt, sen suuremmat alennukset päivittäispalveluista tulee. Tämä tarkoittaa sitä, että muiden vähäisten palveluiden yksittäiset käyttäjät ja vähävaraiset joutuvat maksamaan päivittäispalveluista täydet hinnat ja he eivät pääse nauttimaan keskittämisen tuomista eduista. Finanssialan luotamuksellisuus sekä tietoturva ovat pankin valinnassa tärkeitä, sillä keskittämällä saman konserniin alle kaikki pankkipalvelut saattaa lisätä kuluttajien huolia yksityisyyden turvasta. (Alhonsuo ym. 2012, 62, 64).

Pitkään perussopimukseen sopimusehdon sitominen uusilla maksullisilla lisäpalveluilla yksipuolisesti tai asioiden selittäminen ilman sopimuksessa selkeästi esillä olevaa tekstiä, ei lisää kuluttajan asiakasuskollisuutta. Tällaisista asioista valituksia päätyy tekemään vain yksi tapahtuma viidestä. Epäoikeuden kokemisesta kerrotaan vain kavereille, sukulaisille ja sosiaalisessa mediassa. Tällainen tapahtuma ei ole yrityksen kannalta hyvä asia, eikä se kannusta pitkäaikaista asiakassuhdetta tai luottamusta. (Peltonen, A. 2011, 71-73).

Pitkäaikainen asiakassuhde lähtee jo asiakaspalvelusta. Toimivat asiakaspalvelut myös selvitusten mukaan luovat yrityksen menestyksen. Mediaan leviävän huonon uutisen lukee tuhat asiakasta, kun ennen vain osa lähipiiristä kuuli huonosta palvelukokemuksesta. Ainakin puolet kuluttajista jotka ovat tyytymättömiä ja kokevat olevan ongelmia yrityksen kanssa siirtyvät kilpailijoille. He eivät myöskään ottaneet yhteyttä yritykseen päin asiasta informoidakseen. Yritykselle valittaneet kokivat yrityksen tavan hoitaa palautteet huonosti. (Peltonen, A. 2011, 71-73).

Asiakaspalvelumallit on hyvä rakentaa mallien läpinäkyvyydellä ja vuorovaikutuksella. Valitukset ovat yritysten tärkeimmät palautteen muodot. Tämän varaan asiakasuskollisuus kannattaa rakentaa. Kuluttajien käyttäytymismallit huomioiden ja koota prosessit niiden varaan. (Peltonen, A. 2011, 77).

4.2 Kuluttajakäyttäytyminen

Toisten kuluttajien kokemat kielteiset ostopäätökset yrityksestä vaikuttavat kaksi kertaa enemmän kuin positiiviset kokemukset toisten kuluttajien ostopäätöksiin. Toisten kokemukset ovat osittain ratkaisevia tekijöitä toisten kuluttajien ostopäätöksiin. (Peltonen, A. 2011, 72).

Hinnat ovat yhä useammille kuluttajille vielä ratkaiseva päätöksenteon perusta. Yksilöhinnat ovat ratkaisevia tekijöitä kuluttajan päätöksenteossa. Yksikköhinnat koskevat vain tavaroita ja palveluissa vain lainojen todellista vuosikorkoa. Kuluttajan vastuulla on valita fiksusti ratkaisut ja siksi tähän prosessiin tarvitaan jonkinlaisia välineitä vertailuun. Hinnalla tulee aina olemaan roolia kuluttajien ostopäätöksissä ja erityisesti, jos ollaan valitsemassa kallista hankintaa, niin kuluttajan pitää tietää sen todellinen hinta. Todellisen hinnan selvittämiseksi yritykset ovat luoneet nettisivuilleen laskureita, joiden avulla kuluttajien on helpompi laskea todelliset hinnat ennen yhteydenottoa yritykseen. (Peltonen 2011, 93-94, 98).

Kuluttajakäyttäytymisessä vaikuttavia tekijöitä ovat ympäristö, tunteet ja kokemukset. Kuluttajat eivät aina ole rationaalisia, eli he eivät ajattele asioita järkevästi vaan tunteiden ja vaistojen varaisesti. Toisinaan tämän takia kuluttajat saattavat tehdä itselleen epäedullisia päätöksiä. (Peltonen 2011, 34).

Tiedonsaanti vaikuttaa kuluttajan päätöksentekoon. Kuluttajien tulee saada riittävästi tietoa, jotta voi tehdä oikeita päätöksiä. Laatu ja hinta ovat kuluttajan valintaan eniten vaikuttavat asiat. Joissain tapauksissa tämä merkitsee kaupan läheisyyttä, kanta-asiakkuuspisteiden keräämistä tai vanhan turvallisen tavan käyttämistä. (Peltonen 2011, 24).

Liiallinen tiedonsaanti aiheuttaa sen, että kuluttajat eivät tutki kaikkia tietoja ja sama pätee jos valinnan varaa on liikaa, jolloin ei valita mitään tuotetta. Aiemmin opitut toimintatavat vaikuttavat myös kulutuskäyttäytymiseen. (Peltonen 2011, 36).

Kun valinta tehdään kahden viimeisen tuotteen välillä, niin se saattaa lisätä päättämättömyyden tunnetta. Valinnan jälkeen moni kuluttaja miettii ”ehkä tuote ei ollutkaan niin hyvä”, tai että oliko valinta varmasti oikea? Tällaisissa tilanteissa kuluttaja etsii päätökselleen tukea esimerkiksi ystäviltä tai sukulaisilta jotka käyttävät samaa tuotetta. (Peltonen 2011, 36)

Vanhan sopimuskumppanin vaihto voi olla tunnepitoinen asia, jonka takia tuttua vanhaa sopijakumppania ei vaihdeta uuteen. Tällaisissa seikoissa hinta ei ole sopimuksen valintaan johtanut päätös vaan tunnepitoisuus. Uuteen sopimuskumppaniin vaihto voi aiheuttaa kuluttajassa tuntemattomia riskejä, kun taas vanhat tunnetaan entuudestaan. (Peltonen 2011, 36-37).

Kuluttajan valintaprosessia voidaan helpottaa ja ohjata ajattelemalla asioita asiakkaan näkökulmasta. Halu ottaa asiakas aidosti keskipisteesi on pääasia. Jokaista päätöksentekoprosessia määräävät terveen järjen käyttö sekä näppituntuma. Sosiaalisia tekijöitä jotka vaikuttavat valintaprosesseihin ovat toisten teot ja omat arvot. (Peltonen 2011, 40-41).

Kuluttajakäyttäytymistä voidaan myös ohjata, niin että tilanteissa asiakkaan ei tarvitse tehdä ollenkaan päätöstä on myös asiakkaalle paras vaihtoehto. Tämä on pitkän asiakassuhteen kannalta järkevää, eikä vain hetkellisen myynnin nousun takia. (Peltonen 2011, 41).

Valintatilanteessa kannattaa antaa kuluttajan kokea hallitsevansa koko päätöksentekoprosessia. Jos ostopäätöksessä käy, niin että mikään tarjouksista ei ole ylitse muiden, niin saatetaan valinta jättää tekemättä tai luotetaan auktoriteetteihin eli annetaan ammattilaisen tehdä päätös. (Peltonen 2011, 42).

Luottamus kasvaa kuluttajan ja yrityksen välillä vuorovaikutusten kautta. Yrityksen on pidettävä huolta asiakkaista myös sen jälkeen kun heidät on hankittu asiakkaiksi. (Peltonen 2011, 45).

4.3 Ostokäyttäytymiseen vaikuttavat tekijät

Ostamisen halukkuuteen vaikuttavat kaksi tekijää sekä ostokyky ja ostohalu. Ostokyvylle tarkoitetaan varoja, jotka ostajalla on mahdollisuus käyttää ostoksiin. Sitä saattavat vähentää kuluttajan käytettävissä olevat tulot. Lisäksi tähän vaikuttavat mahdollisuus lainan saantiin, ostajan säästämishalukkuus ja hinnat. Aika vaikuttaa myös päätöksentekoon. Asiakkaat jotka eivät ole saaneet riittävästi tietoa, he saattavat ostaa heti ensimmäisen vastaan tulevan vaihtoehdon, vaikka sen ominaisuudet eivät vastaa asiakkaan tarvetta. Tuote voidaan myös kokonaan jättää ostamatta tiedon puutteen takia. (Bergström & Leppänen 2007, 50).

Ostamiseen vaikuttavia tekijöitä ovat myös ostohalu eli miten tärkeänä asiakas kokee ostamisen ja sen tuoman tarpeen tyydytyksen tunteen. Ostohaluun vaikuttavat itse ostaja ja ulkopuoliset tekijät. Ostohaluun ja kykyyn vaikuttavat tekijät näkyvät kulutuksessa. Eli mitä enemmän tuloja, sen enemmän ollaan valmiita kuluttamaan. (Bergström & Leppänen 2007, 50-52).

Finanssipalveluiden ostajien käyttäytymistä ohjaavia tekijöitä on monia. Toimintaympäristön tekijät vaikuttavat asiakkaiden käyttäytymiseen. Tekijöitä ovat: ”taloudelliset, teknologiset, poliittiset ja sosiokulttuuriset tekijät”. Asiakkaiden ja finanssiyhtiöiden toimintaan vaikuttavat maan taloudellinen asema ja tulevaisuuden näkymät. (Ylikoski & Järvinen 2011, 36).

Sosiokulttuuriset seikat vaikuttavat myös ihmisten ostokäyttäytymiseen. Tällaisia käyttäytymisen johdattelevia tekijöitä ovat yhteiskunta ja yhteiskunnassa vallitsevat arvot. Esimerkiksi näitä ovat pakolliset ajoneuvon käyttöön liittyvät vakuutukset. Finanssiyhtiöiden markkinointitavoilla on myös vaikutusta asiakkaan ostopäätökseen. (Ylikoski & Järvinen 2011, 36).

Finanssiyhtiön asiakkaiden ”ikä, ammatti, koulutus, tulot, perhesuhteet, elämäntyyli ja persoonallisuus” vaikuttavat heidän käyttäytymiseen. Asenteet ovat myös vaikutuksissa ostopäätöksiin ja valintoihin. (Ylikoski & Järvinen 2011, 37).

Finanssipalveluiden valintaan ja niiden tarpeeseen vaikuttavat perhe ja perheen elämäntilanne. Jos perheen elämäntilanteeseen tulee yllättäviä muutoksia, niin silloin myös tarpeet muuttuvat finanssipalveluissa. Kodin ostaminen, eläkkeelle jääminen, perheen perustaminen ja erilaiset hankinnat esimerkiksi auto ovat tällaisia vaiheita. (Ylikoski & Järvinen 2011, 37).

Finanssiyhtiön arvo muodostuu toisille asiakkaille palvelun helposta saatavuudesta, toiset taas arvostavat hyvää asiakaspalvelua. Arvo voi muodostua myös palvelun asiantuntevuudesta, siitä, että asiakkaan tarpeet tyydytetään, palvelun käyttäminen on helppoa sekä turvallista, ja että palveluita saadaan helposti. Palvelut ovat keskeisessä roolissa pankin valinnassa esimer-

kiksi vuorovaikutus asiakaspalvelussa, verkkopankin käytön sujuvuus ja viestintä yhtiön kanssa. (Ylikoski & Järvinen 2011, 26-27).

Asiakkaan ajankäytöllä eli kuinka kauan hän käyttää pankkipalvelun saatavuuteen aikaa on merkitystä palvelu yrityksen valinnassa ja käytössä. Muita valintaan vaikuttavia seikkoja ovat: palveluiden hinta, konkreettinen toiminta eli vaivannäkö, palautetoiminta ja palveluvirheet. Palveluiden hinnat kuten lainan korko ja palvelumaksut ovat asiakkaalle oleellisia kustannuksia palvelua valittaessa ja palveluita käytettäessä. (Ylikoski & Järvinen 2011, 28).

Kerätyn tiedon jälkeen asiakas valitsee hänelle sopivimman yrityksen sekä tuotteet ja palvelut mitä hän finanssi yritykseltä haluaa. Valintaa hankaloittavia päätöksiä ovat se, että finanssipalveluiden hyötyä ei voida tietää, ennen palveluiden ottamista tai toisinaan edes palvelun ottamisen jälkeen arvioiminen on hankalaa. Tämä koskee muun muassa sijoituksen tuottoa tai asuntolainan ehtojen monimutkaisuuden ja erilaisuuden takia vertaamista ja lopullisen valinnan päätöksen tekemistä. (Ylikoski & Järvinen 2011, 38).

Finanssipalvelut vaativat usein tulevaisuuden ennakointia, jolloin asiakas tukeutuu uskomuksiin sopiiko kyseinen finanssituote hänelle. Valintojen vaikutus vaikuttaa koko tulevaisuuteen, esimerkiksi asuntolainan ottaja ajattelee maksavansa lainan pois valitussa ajassa ja näin ollen hän tekee oletuksia taloudellisesta tilanteesta tulevaisuudessa. Joillekin päätöksenteko on vaikeaa, kuin toisilta se sujuu luontevasti. Jos esimerkiksi asunnon ostamista lykätään pitkään, niin yleensä sitä ei hankita ollenkaan. Aiheesta kerätyt tiedot ovat muuttuneet, eikä tiedetä mihin tietoon pitäisi keskittyä. (Ylikoski & Järvinen 2011, 39).

Yksilöt ostajina ovat hyvin erilaisia, sillä siihen vaikuttavat tekijät ovat: ”mitä he ostavat, mistä he ostavat, kuinka paljon he ostavat, kuinka paljon he käyttävät siihen varoja ja mitä he pitävät ostoissa tärkeinä”. Ostamisessa näkyvät myös jokaisen taustat, erilaiset taustat ohjaavat ihmisiä erilaiseen kulutukseen. Näitä ovat: ”tulot, ikä, sukupuoli, ammatti, perheen koko, koulutus, asuinpaikka, kieli ja uskonto”. Esimerkiksi perhe ostaa eri tavalla kuin yksineläjät. (Bergström & Leppänen 2007, 51-52).

Ihmisen ostamista ymmärrettäessä tarvitsee tietää myös asiakkaan sisäisiä tekijöitä, joita ovat: ”tarpeet, motiivit, asenteet ja persoonallisuus”. Valintoja ohjaavat myös perhe ja muut viitekehukset. Markkinoijien toimet vaikuttavat myös ostopäätökseen, eli hyvä palvelu ja mainonta. Kaikki ylhäällä mainitut asiat vaikuttavat asiakkaan lopulliseen päätökseen ostaako hän tuotetta vai ei. Näistä syntyy ostopäätös. (Bergström & Leppänen 2007, 53).

Yksi tärkeimmistä vaikuttajista asiakkaan elämässä on perhe. Vanhemmat vaikuttavat eniten nuorten ja lasten asenteisiin, tapoihin ja tottumusten muodostumiseen. Moni huomaamaton

tapa siirretään omasta lapsuudenkodista omaan perheeseen ja kulutukseen. Kalliimpia päätöksiä parit pohtivat yhdessä perheen kanssa. Elinvaiheet vaikuttavat perheen kulutuksen määrään ja rakenteeseen. Pienten lasten perheet kuluttavat eri tavalla kuin parina elävä nuori pariskunta. Nämä tekijät ovat ulkoisia tekijöitä. (Bergström & Leppänen 2007, 61-62).

Ihmisten elämäntyyliin siis vaikuttavat tausta sekä sisäiset ja ulkoiset tekijät. Jokainen vaikuttaa siihen ”millainen kuluttaja on, mitä hän arvostaa, miten hän suhtautuu ostamiseen, mitä ja mistä hän ostaa sekä miten hän käyttää rahaa”. Ostopäätöksen saa aikaiseksi yritysten markkinointitavat ja elämäntyyli. Jokin ärsyke (toisinaan mainonta) saa asiakkaan keräämään tietoa tarvittavasta palvelusta tai tuotteesta, vertailee vaihtoehtoja ja viimeisenä on päätöksen tekeminen: ostaako hän vai eikö osta. (Bergström & Leppänen 2007, 67).

Kuluttajat pyrkivät saamaan palvelutuotteen tarinan kohtaamaan omien henkilökohtaisten tarinoiden mukaan, kun pohditaan tuotteen tai palvelun houkuttelevuutta. Yksilöt vaikuttavat mielipiteillään muiden kuluttajien ostopäätöksiin. Tämän takia palvelun tulee erottua positiivisena asiakkaan mielessä, joka levittää sanaa eteenpäin. Positiivisten palvelukokemusten avulla yritys pääsee taloudellisiin tavoitteisiinsa ja asiakastyytyväisyyden parantuminen toteutuu. Positiivisia palvelukokemuksia kerrotaan harvemmin eteenpäin, kun taas huonoja palvelukokemuksia levitetään enemmän eteenpäin. Emotionaalinen arvo asiakkaalle saadaan esimerkiksi olemalla kaupan teon jälkeen asiakkaaseen uudelleen yhteydessä. Tämä luo luotettavuutta yrityksen ja kuluttajan välille. (Leppänen 2012).

4.3.1 Psykologiset tekijät

Psykologisista tekijöistä voidaan käyttää myös nimitystä sisäiset tekijät, jotka vaikuttavat asiakkaan ostamiseen ja ostokäyttäytymiseen (Bergström & Leppänen 2007, 53). Päätöksentekoon liittyvät psykologiset prosessit eroavat asiakkaiden välillä, kuten miten asiakas omaksuu tietoa, miten hän käsittää tuotteiden ominaisuudet sekä muodostaa asenteita. (Ylikoski & Järvinen 2011, 37).

Henkivakuutuksen ottaminen vaikuttaa asenteena finanssipalveluita kohtaan. Perheelliset kokevat henkivakuutukset hyödyllisiksi, jos perheessä on lapsia tai lainaa. 25-49-vuotiailla on eniten vakuutuksia. Joka kolmannella suomalaisella on henkivakuutus, eikä vakuutuksen ottamiseen aina vaikuta lainan tarpeentunnustaminen. Koulutus ja perheen tulotaso vaikuttavat myös henkivakuutusten ottamiseen. (Ylikoski & Järvinen 2011, 37).

Tarve on ostamiselle lähtökohta. Tarpeesta eli puutostilasta halutaan päästä eroon. Se tyydytetään jollain tavalla. Myyntitilanteessa myyjän tulee kuunnella asiakasta, jotta hänen tarpeensa saadaan selvitettyä. Kysely ja kuuntelu ovat myös tärkeää tarpeen selvittämiseksi.

Tämän ansiosta tarpeelle voidaan myydä ratkaisu, sillä asiakkaat ovat valmiita maksamaan juuri tarpeentyydyttämisen takia tuotteista ja palveluista. (Bergström & Leppänen 2007, 53-54).

Ostomotiivit ovat erilaisten tekemisten syitä ja se on syy ostamiseen. Vaikka asiakkaat päätyisivät samaan tuotteeseen, niin jokaisella voi olla oma syynsä ostaa tuote. Toiset ostavat käytettyjä vaatteita ja toiset taas merkkipaatteita. Motiiveja voivat olla tunneperäisiä tai järkipäisiä. Halpa hinta, moottorin tehokkuus tai auton turvallisuus ja nopeus voivat olla järkipäisiä syitä hankkia ostos, ne on myös helppo perustella itselle. Tunneperäisiä syitä ostaa voivat olla vaatteiden muodikkuus, naisellisuus ja nuorekkuus. Näitä ostopäätöksiä ei ole helppo perustella itselle. Tunneperäiset syyt ovat tiedostamattomia päätöksiä esimerkiksi automerkin valinta. Se perustellaan mainoksessa turvallisimmaksi automerkiksi. (Bergström & Leppänen 2007, 56).

Asenne on tapa suhtautua toisiin ihmisiin, tuotteisiin, yrityksiin ja erilaisiin asioihin. Jos lehdessä kirjoitetaan negatiivista jostain tuotteesta ja se on omasta mielestä huono tuote, niin se vahvistaa sitä omaa huonoa kuvaa eikä tuotetta osteta. Asenteiden synnyssä omat ja muiden kokemukset ovat myös tärkeitä. Huono palvelu ravintolassa saattaa aiheuttaa sen, että asiakas vaihtaa ravintolaa ja huonosta palvelusta kerrotaan useammin kavereille kuin positiivisista kokemuksista. (Bergström & Leppänen 2007, 56).

4.3.2 Ostoprosessin vaiheet

Finanssipalvelun käyttäjän on osattava neuvotella itselleen sopivat sopimusehdot ja tehtävä sopimuksia, joista hän voi saada itselleen, perheelleen tai sukulaisilleen suuria taloudellisia etuja. Ostoprosessin käynnistyminen tarvitsee jonkin ärsykeen, jonka takia kuluttaja tunnistaa tarpeensa. Asiakkaan ärsyke voi syntyä, kun elämäntilanteessa tapahtuu muutos tai kuluttajalle tapahtuu jotain odottamatonta. Tarpeen voi synnyttää esimerkiksi lapsen syntymä, oman asunnon ostaminen, isomman asunnon vaihto, auton tai veneen ostaminen, ulkomaan matka tai läheisen kuolema. Ärsykeen voi laukaista uuden harrastuksen aloitus, mainonta tai vaikka talonrakennusprojekti. Pankista tulee toisinaan yhteydenottoja, jonka perusteella kuluttajat saattavat kokea hyödylliseksi käyttää palveluja. (Alhonsuo ym. 2012, 58-59).

Seuraavassa ostoprosessin vaiheessa asiakas etsii itselleen sopivia vaihtoehtoja esimerkiksi käymällä asiakaspalvelussa kysymässä neuvoa, soittamalla asiakaspalveluun, lähettämällä verkkopankista viestiä, etsimällä itsenäisesti tietoa Internetistä tai tutkimalla kirjallisia esite materiaaleja. Yleisen tiedon etsimisestä asiakas poimii itselleen merkityksellistä tietoa. Asiakas saattaa tarvita myös ammattilaisen apua jolloin hän kääntyy asiakaspalvelijan puoleen tai lähettää yhteydenottopyynnön Internetistä. Tietoa saatetaan hankkia myös ystäviltä, sukulai-

silta, muilta asiakkailta ja työkavereilta tai erilaisilta yhteistyökumppaneilta. (Alhonsuo ym. 2012, 59). Asiakaspalvelusta asiakas muodostaa arvo-odotuksen ja saa kokemuksia finanssiyrityksen arvosta. (Ylikoski & Järvinen 2011, 41).

Eri tietolähteistä kerättyjä tietoja asiakas vertailee ensin, jonka jälkeen sen soveltuvuutta pohditaan omaan käyttöön. Keräämistään tiedoista asiakas karsii hänelle huonoimmat vaihtoehdot jo varhaisessa vaiheessa pois. Harkintajoukkoon jäävistä yrityksistä asiakas valitsee yrityksen ja palvelut josta hän haluaa ne hankkia. (Alhonsuo ym. 2012, 60).

Finanssialan pitäisi tuntea omat asiakkaansa markkinoinnissa ja mitkä tekijät vaikuttavat asiakkaan lopulliseen päätökseen valitessaan palveluja. Ekspertit ja noviisit eroavat päätöksenteon syntymisessä. Ekspertit perehtyvät informaatioon huolellisesti ja tekevät päätöksentekoprosesseja monipuolisesti. Noviisit voivat jättää päätöksenteon tekemättä, jos kokevat sen liian hankalaksi tai liian ylivoimaiseksi. Finanssiasioista vähemmän tietäville päätöksenteko voi olla hankalaa ja se voidaan tehdä jopa sattumanvaraisesti tai tunneperäisesti. Päätöksentekoon vaikuttavat myös pankin tai vakuutusyhtiön tunnettavuus ja yrityskuva. Pankkipalveluille erittäin tärkeänä pidetään luotettavuutta. Vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavat vakuutusten hinnat, yhtiön luotettavuus sekä korvauspalvelun nopeus. (Alhonsuo ym. 2012, 60).

Finanssipalveluiden valinnassa asiakkaalla saattaa olla vain pari vaihtoehtoa pankiksi eli hänellä on pieni harkintajoukko. Harkinta voi olla pieni jos halutunlaisia finanssipalveluntarjoajia on vähän ja olemassa olevaan asiakkuuteen ollaan tyytyväisiä, niin asiakas haluaa palvelut vanhasta finanssiyhtiöstä. Esimerkiksi asuntolainaa harkitessa valinta joukko voi olla vain yhden pankin verran. Vain puolet asuntolainan ottajista pyytää lainatarjouksen oman pankin ulkopuolelta. (Ylikoski & Järvinen 2011, 46).

Eri finanssipalveluissa asiakkaat käyttävät eri valintakriteereitä. Kaikista tärkeimmät pankin valintakriteerit asuntolainoissa ovat: ”saatavuus, asiakaspalvelu ja marginaali/korot”. Palvelua valitessa asiakas kiinnittää huomiota miten häntä kohdellaan asiakkaana. Toisinaan yrityksen tuttuus voi olla pankin valinnan kriteeri. Erityisesti noviiseilla saattaa olla näin, koska he eivät tiedä tarpeeksi pankkipalveluista. (Ylikoski & Järvinen 2011, 48-49).

Asiakkaalle ostopäätöksen tekemisessä on tärkeää, että oikeanlaista tietoa on löytynyt tarpeeksi. Informatiivisen tiedon pohjalta on helpompi tehdä päätös, jos tiedoista on saatu kerättyä itselle tärkeät tiedot. Jos hyödytöntä tietoa on liikaa, on asiakkaan vaikea tehdä ratkaisua. Jos asiakas kokee palvelun vastanneen odotuksiaan ja toiveitaan on hän tyytyväinen. Mielipide palvelusta muodostuu yleensä heti palvelun jälkeen. Asiakas saattaa kuitenkin olla epävarma valintapäätöksen tehtyään, oliko valinta oikea. Taloudellinen merkitys voi olla suuri ratkaisu ja palvelut voivat olla tärkeitä tietyissä elämänvaiheissa. Esimerkiksi asunnon vaihto

tai lapsen syntymä ovat ainutkertaisia tapahtumia. Tulevaisuus on epävarmaa, ja vasta kokemuksesta voidaan sanoa ratkaisun taloudellinen hyödyllisyys. Tyytyväisyys valittuun finanssi-yhtiöön ja palveluun muodostuvat asiakassuhteen aikana. (Alhonsuo ym. 2012, 60).

Finanssialan asiakkaita yritetään palvella mahdollisimman hyvällä tavalla, sillä finanssiyrityksen pääoma ja toiminnan pohja ovat asiakkaat. Yrityksillä on myös potentiaalisia uusia asiakkaita ja sellaisia entisiä asiakkaita joille on hävitty kilpailutustilanteessa. Kaikkia ei edes pyritä saamaan uudelleen asiakkaaksi. Finanssiyritykset pitävät yhteyttä omiin ja myös entisiin asiakkaisiin. Tällä pyritään pitkäaikaiseen ja keskitettyyn asiakassuhteeseen. Toimivan asiakassuhteen hoito ja pito syntyvät, kun yhtiöstä ollaan säännöllisesti yhteydessä asiakkaaseen. (Alhonsuo ym. 2012, 61).

5 Tutkimus

Finanssialan yritys X:n lainaprosessi etenee, niin että lainan hakija lähettää joko internetistä viestiä verkkopankin kautta, että haluaisi tulla keskustelemaan mahdollisesta lainasta, jonka jälkeen sovitaan aika lainaneuvotteluihin. Asiakkaalle voidaan myös varata puhelinpalvelun tai konttorin kautta aika lainaneuvotteluihin. Asiakkaille on pyritty tarjoamaan lainaneuvottelu parin päivän sisällä siitä, kun asiakas on ollut ensimmäisen kerran yhteydessä pankkiin. Toisinaan asiakas käy alustavan lainaneuvottelun eri henkilön kanssa joka hänelle tulevaisuudessa tulee omaksi henkilökohtaiseksi pankkineuvojaksi. Lainaneuvotteluiden jälkeen asiakas siirretään tulevalle henkilökohtaiselle pankkineuvojalle, joka hoitaa myöhemmin asiakassuhteen hoidon. Lainaneuvottelun etenemisellä on eri käytäntöjä konttoreissa.

Pankkia vaihdetaan kahdessa eri elämäntilanteessa. Näitä tilanteita ovat asuntolainan kilpailutus ja huono palvelu pankissa. Näin on kerrottu Finanssialan Yritys X:n koulutuksessa.

Tutkimuksessa käytetään kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Sillä aiheesta halutaan määrän sijaan saada selville laadullista tietoa. Syy-seuraussuhteet pankin valintaan ovat tärkeimmät tiedot mitä tutkimuksella halutaan selvittää ja se tukee laadullisen tutkimuksen käyttöä.

Tutkimuksessa käytettiin puolistrukturoitua haastattelumenetelmää. Haastattelut on suoritettu osaksi Finanssialan yritys X:n toimipisteessä, jossa olen päässyt seuraamaan lainaprosessia. Loput puolet haastatteluista on suoritettu puhelinhaastatteluna. Puolistrukturoidun haastattelumenetelmän tarkoituksena oli saada selville lisää lainapankin valinta kriteereitä.

Analysointi menetelmänä käytetään vertailua aiempaan vastaavaan tutkimukseen jonka on toteuttanut Susanna Patinen opinnäytetyössään ”Ensiasunnonostajan lainapankin valintakriteerit” (2008). Erona tutkimuksissa voidaan pitää sitä, että tutkimuksessani tutkitaan laajempaa ihmisryhmää eli tutkimuksessa on sekä ensiasunnonostajia, että useamman asunnon jo ostaneita. Analysointi menetelmät sekä tutkimuksen toteutustapa ovat erilaisia.

Tutkimuksen ennako-oletuksena, on että lainaprosessi on hyvin organisoitu Finanssialan yritys X:ssä ja samat toimintaohjeet lainaneuvotteluihin on koko konsernin sisällä. Esimerkiksi laina-asiakkaan pitäisi saada samalla marginaalilla lainat sekä Helsingin, että Espoon konttoreista. Sama koskee myös lainan määrää.

5.1 Tutkimusongelma

Tutkimusongelma määrittää tutkimuksen näkökulman. Opinnäytetyön tutkimusongelmana on, minkä kriteerien perusteella Finanssialan yritys X:n asiakkaat ovat valinneet juuri Yritys X:n

lainapankikseen? Tutkimuksen tarkoituksena on saada mahdollisimman paljon tietoa asiakkaiden syyseuraussuhteista miksi juuri Finanssialan yritys X on valittu lainapankiksi. Tutkimuksella selvitetään myös, miksi laina-asiakkaat valitsevat oman lainapankin eri tavoilla. Vaikuttavako sukulaissuhteet esimerkiksi oma perhe siihen, että lainapankiksi valitaan tuttu oma pankki, jossa on avattu ensimmäinen pankkitili? Asiaa on tutkittu entuudestaan vähän, mutta Susanna Patisen opinnäytetyössä ”Ensiasunnonostajan lainapankin valintakriteerit” on tutkittu joitain samoja asioita, joita minun opinnäytetyössä tullaan tutkimaan ja käsittelemään. Tämä on hyvä pohja verrattaessa Osuuspankin lainapankin valintakriteerejä Yritys X:n lainapankin valintakriteereihin.

Tutkimuksessa käsitellään myös aiheita, miksi ihmiset valitsevat tai eivät valitse lainaansa lainaturvaa tai korkokattoa ja miten laina-asiakkaat säästävät lainanmaksun yhteydessä? Nämä aiheet eivät liity suoranaisesti tutkimukseni tutkimusongelmaan, mutta aiheet ovat valittu siitä syystä, että toimeksiantajalle näiden tutkimisesta on mahdollista saada tietoa laina-asiakkaiden säästämistä. Opinnäytetyöntekijä on valinnut itse haastattelevansa kaikki haastateltavat, sillä näin opinnäytetyöntekijä saa kuulla ja kirjata vastaukset omalla tavallaan. Eikä opinnäytetyöntekijä koe, että jotain vastauksista on jäänyt kirjaamatta. Myös haastattelijalla on ollut mahdollisuus kysyä jatkokysymyksiä haastateltavilta.

5.2 Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohdat

Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on tosiasioiden selvittäminen ja kuvaaminen. (Tuomi, Sarajarvi 2009, 27, 68). Kvalitatiiviselle tutkimukselle tyypillisiä piirteitä ovat: aiempien tutkimusten johtopäätökset, aikaisemmat teoriat ja aihetta tutkittavien henkilöiden valinnat. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 140, 161).

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tarkoituksena on kuvata todellista elämää ja tutkia kohteena olevaa kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on löytää ja paljastaa tosiasioita, eikä todentaa jo olemassa olevia asioita. (Hirsjärvi ym. 2010, 140, 161).

Tyypillisiä piirteitä kvalitatiivisessa tutkimuksessa, on että luonteeltaan tutkimus on kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, luonnollisissa ja todellisissa tilanteissa koottua aineistoa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa halutaan selvittää kielen piirteitä, säännönmukaisuuksien keksimistä, tekstin tai toiminnan merkityksen ymmärtämistä ja reflektiota. (Hirsjärvi ym. 2010, 140, 164-165).

Tähän opinnäytetyöhön laadullinen tutkimus on valittu siitä syystä, että on haluttu saada mahdollisimman paljon lisätietoa lainapankin valinnasta ja mitkä asiat sen valintaan vaikuttavat eli tutkittavien henkilöiden valintaan johtaneita päätöksiä. Aineistosta saadaan myös

enemmän irti kvalitatiivisena kuin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Aiheena on tosi asioiden selvittäminen ja kvalitatiivisen tutkimuksen katsottiin soveltuvan tähän tarkoitukseen parhaiten.

5.3 Aiheen valinta

Työskentelen Finanssialan yritys X:ssä ja halusin tehdä opinnäytetyön omalle työnantajalle. Olin yhteydessä Finanssialan yritys X:n, josta minulle annettiin oma ohjaaja, joka valvoo tutkimukseni laatua ja seuraa mitä tietoja opinnäytetyöstä voidaan julkaista.

Opinnäytetyön aiheen valintaan vaikutti suurimmaksi osaksi, se että aion ostaa oman asunnon jonain päivänä ja aiheeseen pystyy tutustumaan parhaiten tutkimalla aihetta. Teoriasta saan kaiken oleellisen tiedon selville, mitä asuntolainaa haettaessa tarvitsee huomioida. Aihe on myös hyvin mielenkiintoinen mikä motivoi opinnäytetyön tekemistä.

Lainan marginaalit ovat tällä hetkellä nousussa ja lainoja nostetaan kokoajan vähemmän. Tämä aiheuttaa tilanteen, että mediassa ollaan kovasti kiinnostuneita asuntolainaan liittyvistä asioista ja varsinkin marginaalien hinnoista. Aiheenvaihtelu on siis myös hyvin ajankohtainen.

5.4 Finanssialan yritys X

Finanssialan yritys X on finanssialalla toimiva yritys joka kuuluu isompaan Pohjoismaiseen konserniin. Henkilöstöä yrityksellä oli noin 31 500 vuoden 2012 lopulla. Konsernilla on 800 konttoria ja noin 11 miljoonaa asiakasta. Finanssialan yritys X haluaa palkata motivoitunutta, asiantuntevaa, ja tulossuuntautuneita henkilöitä, joilla on mahdollisuus kehittyä työssään. (Finanssialan yritys X:n kotisivut).

5.5 Tutkimusmenetelmät

Laadullisessa tutkimuksessa käytetään yleensä aineistonkeruumenetelmänä haastattelua, kyselyä, havainnointia ja dokumentteihin perustuvaa tietoa. Aineistonkeruumenetelmiä voidaan käyttää myös sekaisin, tutkittavan ongelman mukaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71).

Lomakehaastattelulla, teemahaastattelulla ja syvähaastattelulla pystytään selvittämään syys-
 euraussuhteita eli ilmiöitä ja löytämään vastauksia ongelmiin. Haastattelun etuna on se, että haastattelu on joustava. Haastattelussa on myös se joustavaa, että haastattelijalla voi esittää tutkimuskysymykset siinä järjestyksessä kun haluaa. Haastattelun ei tarvitse mennä kaavamaisesti seuraten ennakoon laadittuja kysymyksiä pitkin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 74).

Haastateltava voi väärinymmärrysten ansiosta kysyä haastattelutilanteessa esittämän kysymyksen uudestaan, korjata väärinymmärryksiä, selventää ilmausten sanamuotoja sekä käydä keskustelua tiedonantajan kanssa. Haastattelun tärkein asia on kerätä tietoa halutusta asiasta. Haastattelun etuihin kuuluu myös se, että haastattelija voi kirjata havaintoja ylös eli miten asiat sanotaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73).

Haastattelu on tutkimusmenetelmänä joustava aineistoa kerätessä. Sillä haastattelua voidaan säädellä aineiston keruussa joustavasti tilanteiden mukaan ja vastaajia myötäillen. Haastattelu valitaan yleensä seuraavista syistä: tutkittava saa mahdollisuuden tuoda esille itseään koskevia tietoja mahdollisimman vapaasti, halutaan selventää vastauksia, haastateltava antaa tutkia itsestään arkoja tai vaikeita aiheita ja halutaan syventää saatavia tietoja. Tämä antaa mahdollisuuden lisäkysymyksille ja perustelut esitetylle mielipiteelle. (Hirsjärvi ym. 2010, 205-206).

Tutkimuksen aineiston keruu menetelmäksi on valittu haastattelu, sillä haastattelulla on haluttu selvittää syitä käyttäytymiselle, laina-asiakkaiden tajunnan sisältöä sekä saada tutkittavasta aineistosta syvällistä ymmärrystä. Myös uusien syiden löytäminen lainapankin valintaan oli haastattelumenetelmän valintaan vaikuttava tekijä. Tutkimuksen tarkoituksena ei ollut saada paljon vastauksia, niin kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Kvantitatiivisen tutkimuksen sijaan aihetta haluttiin tutkia laadullisesti kvalitatiivista tutkimusta käyttäen.

Hirjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2010, 207) mukaan tutkimuksen aihe on arka jos se käsittelee tutkittavien taloudellista tilannetta kuten: tuloja, säästöjä ja muuta varallisuutta. Tämä opinnäytetyö käsittelee juuri näitä aiheita, joten haastateltavien takia oli parempi, että tutkimus suoritettiin haastatteluna.

5.5.1 Puolistrukturoituhaastattelu

Puolistrukturoidussa haastattelussa kaikille tutkittaville esitetään samat tai melkein samat kysymykset samassa järjestyksessä. Nykyisin puolistrukturoitua tutkimusta käsitellään samoin kuin teemahaastattelua, eli tutkittavilta voidaan vaihdella kysymysten järjestystä. Kun kysymykset ovat osittain järjesteltyjä ja osittain avoimia kysymyksiä, niin silloin tutkimus sijoittuu puolistrukturoidun ja teemahaastattelun välimuotoon. Puolistrukturoitu tutkimus voidaan nimittää myös teemahaastatteluksi, jos kysymyksiä kysytään teemoittain tietyillä kysymyksillä, mutta ei kuitenkaan käytetä tismalleen samoja kysymyksiä joka kerta. Puolistrukturoituhaastattelu sopii aineistonkeruu menetelmäksi, jos aiheesta halutaan tietää jotain juuri tietyistä asioista. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, Teemahaastattelu).

Puolistrukturoidun haastattelun valintaan vaikutti, se että sillä ajateltiin saatavan riittävästi tietoa jo aiemmin tehtyjen tutkimusten pohjalta. Puolistrukturoitu haastattelu on hyvä tapa kerätä uutta tietoa aiheesta, kun tietoa on tutkittu jo entuudestaan. Näin ollen vanhaa tutkimusaineistoa voidaan käyttää tässä tutkimuksessa.

Puolistrukturoidulla haastattelumenetelmällä voidaan myös tehdä jatkokysymyksiä selventämään vastauksia ja kysymällä aiheesta lisää. Tutkimuksen tarkoitus oli löytää vastaus millä perusteella lainapankki valitaan? Joten aiheesta on haluttu tietää juuri mitä perusteita asiakkailla on pankinvalintaan. Myöskään puhelinhaastattelussa asiakkaat eivät halua puhua tuntia puhelimesta.

Puolistrukturoitu haastattelu valittiin tutkimusmenetelmäksi myös siitä syystä, että henkilökohtaisen pankkineuvojan ja asiakkaan välinen aika on rajallinen, vain tunnin kestävä. Näin ollen haastattelijalla oli rajallinen aika haastatella asiakasta hänen tavatessaan henkilökohtaista pankkineuvojaa. Asiakkaan ja pankkineuvojan henkilökohtaisille asioille oli myös tarkoitus jättää aikaa.

5.6 Tutkimuksen aineisto ja rajaus

Tutkimusaineistoin keruuseen vaikuttaa tutkimusongelman asettelu. Millainen aineisto antaa tutkittavasta aiheesta parhaimmat näkökulmat ja ratkaisuehdotukset asetettuun tutkimusongelmaan. Tämän pohjalta valitaan aineiston keruu menetelmät. Aineistoa kerätessä on hyvä pohtia tutkimuksen aikaa ja resursseja. Ensimmäistä opinnäytetyötä tekevän ei pitäisi tutkia aihetta, jonka tutkimiseen menee vuosia aikaa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, Millaista aineistoa ja miten?).

Harkinnanvaraisella otannalla tarkoitetaan, että tutkittavat henkilöt ovat kriteereiltään tutkijan asettamien kriteereiden mukaisia. Aineiston määrän tulee olla riittävä siinä suhteessa, että aineistoista voidaan kerätä riittävä määrä tietoa analysoitaviin tulkitointeihin. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, Aineiston määrä ja tutkittavat).

Tutkimukseen valitut henkilöt ovat tarkkaan harkittuja ja tarkoitukseen sopivia, sillä haastateltavat ovat yhden Kanta-Helsingin alueen konttorin laina-asiakkaita. Haastattelun otantana on 10 eri lainan ottajaa, jotka ovat ottaneet lainan kyseisestä Kanta-Helsingin konttorista viimeisen 6 kuukauden aikana. Keruu menetelmänä käytettiin siis harkittua otantaa.

Osa haastatteluista suoritettiin konttorissa ja osa haastatteluista suoritettiin puhelinhaastatteluna. Kukaan haastateltaviksi valituista ei kieltäytynyt haastattelusta. Haastattelut olivat

kestoltaan 15-45 minuuttia kestäviä. Haastattelijan kokemus karttui mitä enemmän haastatteluja oli suoritettu.

5.6.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymysten runko syntyi näistä kysymyksistä. Nämä kysymykset ovat kysytty kaikilta, mutta vastausten laajuudesta - ja vastauksista riippuen osasta vastauksista on saatu enemmän tietoa jatkokysymysten avulla.

Kuinka kauan olette olleet Finanssialan yritys X:n asiakkaita?

Kuinka mones asuntolaina on kyseessä?

Onko lainassa useampi velallinen?

Mitä pankkeja te kilpailutitte?

Miltä osin kilpailutitte pankkeja?

Oletteko saaneet parempia lainatarjouksia kilpailijoilta?

Mikä tarjouksessa oli parempaa mitä Yritys X:llä?

Harkitsitteko te toisen pankin tarjousta? Minkä takia?

Mitkä asiat vaikuttivat Yritys X:n valintaan lainapankiksi?

Oliko kuluilla vaikutusta lainapankin valintaan?

Olitteko tyytyväisiä lainaneuvotteluihin tai mitä kehitettävää Yritys X:llä on lainaneuvotteluihin liittyen?

Miltä ajatus säännöllisestä säästämisestä lainan maksun yhteydessä tuntuu ja mikä siihen vaikuttaa?

Miten Yritys X:lla on osattu vastata teidän esittämiin kysymyksiin?

Onko teillä lainaturvaa?

Minkä takia tai minkä takia ei ole lainaturvaa?

Miten olette varautuneet mahdollista työttömyyttä tai sairastumista vastaan?

Onko teillä korkokattoa?

Minkä takia tai minkä takia ei?

Voisitko suositella Yritys X kavereillesi?

5.7 Tutkimusaineiston analysointi

Tutkittavasta aiheesta voi löytyä ennestään muitakin tutkimusmateriaaleja. Näitä aineistoja voivat olla: ”muiden tutkijoiden keräämät aineistot, erilaisten organisaatioiden tai tutkimuslaitosten tilastot ja asiakirjat”. Toisten tekemiä tutkimuksia voidaan hyödyntää omassa tutkimuksessa, näitä kutsutaan toisinaan myös sekundaariaineistoiksi. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että pelkästään tällä aineistolla voidaan suorittaa tutkimus. Yleensä olemassa olevaa

tutkimusaineistoa käytetään oman aineiston ohessa (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, Valmiit aineistot.)

Aineiston analyysitavaksi valitaan sellainen tapa joka tuo parhaiten vastauksia asetettuun tutkimusongelmaan. Tavallisimmat analysointitavat laadulliselle tutkimukselle ovat: ”teemoittelu, tyypittely, sisällönerittely, diskurssianalyysi ja keskusteluanalyysi”. (Hirsjärvi ym. 2010, 224).

Tyypittely tarkoittaa tyypillisten asioiden koomista eli aineistojen havainnollisten tyyppien tiivistämistä. Tyypittelyllä pyritään löytämään erilaisuuksia aineistosta. Toisinaan jopa näitä voidaan kutsua myös erikoisiksi, yksittäisiksi, omituisiksi ja keskimääräisestä poikkeaviksi aineistoiksi. Tässä tapauksessa ollaan kiinnostuneita poikkeavasta ja erilaisuudesta, jotka nostetaan tutkimuksessa esiin. Tyypittelyssä voidaan myös etsiä tietyn tyyppisiä vastauksia eli yhteneväisyyksiä. Esimerkiksi kahta henkilöä haastateltaessa aineistot voivat olla hyvin erityyppiset. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, Tyypittely).

Tutkimusta analysoidaan etsimällä eroja eli tyypittelyä Patisen ja minun tutkimuksen välillä. Tutkimuksista halutaan myös löytää yhteneväisyyksiä vastausten välillä. Tyypittely on valittu siitä syystä, että näin voidaan käyttää jo aiemmin samantyyppistä tutkimusta pohjana minun tutkimukselle. Aiempaa tutkimusaineistoa voidaan hyödyntää mahdollisimman paljon. Selvitetään aiemmasta tutkimuksesta uuteen aineistoon verrattaessa esimerkiksi onko eri finanssiyhtiöiden asiakkaiden välillä eroja pankin valinnassa. Ovatko finanssiyhtiöiden asiakkaat valinnut oman rahalaitoksensa samojen syiden takia kuin Finanssialan Yritys X:n asiakkaat? Tyypittelemällä etsitään poikkeavia ja yhteneväisiä vastauksia tutkimusten välillä.

Asuntolainan kilpailuttaminen

Opinnäytetyössä ”Ensiasunnonostajan lainapankin valintakriteerit” Susanna Patinen (2010) on kerännyt aineiston haastatteleamalla teemahaastatteluna Osuuspankin ensiasunnon ostajia. Tutkimusaineisto on analysoitu teemoittain. Haastateltaviksi Patinen on valinnut viisi 25-35 vuotiasta ensiasunnonostajaa.

Patisen (2010, 19) mukaan Osuuspankin asiakkaista ainoastaan yksi pariskunta ei ole kilpailuttanut asuntolainansa. Toinen haastateltava ei ollut kilpailuttamassa omaa asuntolainaa, mutta oli muuttanut mielipidettä, koska kaverit kertoivat, että kilpailuttamalla asuntolainan voi säästää jopa tuhansia euroja.

Finanssialan Yritys X:n asiakkaista puolet eli viisi laina-asiakasta kymmenestä kilpailutti asuntolainansa. Tutkimuksessa selvisi, että henkilöt jotka eivät ole kilpailuttaneet asuntolainansa

kokivat saaneensa niin hyvän lainatarjouksen, ettei heidän kannattanut edes kysyä tarjouksia toisilta pankeilta. Asuntolainan kilpailuttamatta jättäneet henkilöt kertoivat, että he olisivat kilpailuttaneet pankkeja, jos olisivat saaneet huonon tarjouksen Yritys X:ltä. Yritys X:n kanssa asiat toimivat myös niin hyvin ja joustavasti ettei pankkia kannata vaihtaa. ”En kilpailuttanut. Olen avannut asunon markka aikaan ja 100 markkaa alkuun sinne laitoin ja siitä luonnollista ottaa Yritys X:ltä laina. Asunnon vaihto nykyisessä lainassa”.

Patisen (2010) tutkimuksessa asuntolainansa kilpailuttamatta jättänyt pariskunta koki, että he eivät voi saada kilpailijoilta parempia tarjouksia, sillä heidän sukulaisensa työskenteli kyseisessä Osuuspankissa ja he kokivat saaneensa tämän takia hyvän tarjouksen. Toinen henkilö ei kilpailuttanut lainaansa, koska ystäväpariskunta oli suositellut Osuuspankia hänelle lainapankiksi. Yritys X:ssä kenenkään läheisen työsuhte ei ollut pankin valintaan vaikuttava tekijä.

Patisen (2010) mukaan Osuuspankin asiakkaat kilpailuttavat pankkia siksi, jotta saisivat matalimman hinnan tarjoukselle eli matalimman marginaalin, parhaimman lainanmäärän sekä parhaimmat lainaehdot. Lainaehdoista takaukset nousivat esille. Sillä saattaa olla suurikin vaikutus miksi ihmiset ovat valinneet Osuuspankin lainapankikseen. Sama pätee myös Yritys X:n asiakkaisiin ja siitä on lisää alla olevassa kappaleessa.

Finanssialan Yritys X:n asiakkaat ovat kilpailuttaneet lainojensa marginaalin, lainanmäärän sekä lainaehtojen takia. Yksi finanssialan yritys oli vaatinut kahdelta eri asiakkaalta yli 10 % säästöjä asunnon hankintahinnasta, mutta koska molemmilla asiakkailla oli kiire saada lisää lainaa, niin he päättivät kilpailuttaa omia asuntolainojaan useammasta rahalaitoksesta. Molemmat sanoivat valinneensa Finanssialan Yritys X:n koska he eivät vaatineet ollenkaan omavaroitusta ja he saivat lainatarjouksen sen verran pikaisesti, että tarjous oli järkevä ottaa. Omasta mielestään he olivat saaneet Yritys X:ltä hyvät lainaehdot. ”Mistä saadaan laina. Oli väliä, mutta ei ollut omia takauksia, joten ei olisi saatu niin suuria lainoja toiselta pankilta. Marginaali vaikutti ja lainaehdot eniten”, ”Meillä ei ollut maksukykyä toisissa pankeissa, niin otettiin Yritys X:n tarjous”. Jos kyseiset asiakkaat olisivat säästäneet 10-15% ostettavan asunnon hinnasta, niin se olisi vaatinut asiakkailta usean vuoden säästämistä. Tämän takia asiakkaat kokivat saaneensa hyvän tarjouksen Yritys X:ltä pikaisesti.

Yksi vastaajista sanoi kilpailuttaneensa lainan, ettei ylimääräisistä lainanlyhennyksistä peritä ylimääräisiä kuluja. ”Neuvottelin pankkien kanssa ettei tule palvelumaksuja mistään tai rajatonta lainanlyhennyksistä ei mene ekstra kuluja. Toisin sanoen marginaalin ja kulujen osalta kilpailutin lainat. Sain alkuun toiselta pankilta paremman lainatarjouksen marginaalin osalta, mutta neuvoteltuani uudelleen Yritys X:n kanssa, niin sain mielestäni riittävän hyvän tarjouksen, etten jaksanut vaihtaa toiseen pankkiin. Se olisi niin hankalaa” Vaikka kyseinen asuntolaina olisi ollut marginaaliltaan 0,1 % matalampi toisessa pankissa, niin laskettaessa se olisi

tullut vain parin olut tuopillisen verran vuodessa halvemmaksi kuin Yritys X:llä. Asiakas on työskennellyt joskus itse 1,5 vuotta kesätöissä eri rahoituslaitoksella ja toteaa etteivät ihmiset varmaan edes laske kuinka paljon heille tulee 0,1 % marginaalin erolla enemmän kuluja. He vaihtavat pankkia vain pienemmän marginaalieron takia.

Kahdelle asiakkaalle joille hinta oli ratkaiseva tekijä pankin valinnassa, sanoivat saaneensa aluksi paremman lainatarjouksen kilpailijalta, mutta tuoneensa omalle henkilökohtaiselle pankkineuvojalle tämän toisen pankin lainatarjouksen. ”Tässä on tarjous, voinko saada paremman teiltä? Sä vielä väitit etten voi saada alle 1 % marginaalia toiselta pankilta”. Toinen laina-asiakkaista kertoo miten sai tarjouksen laskettua itselleen suopeammaksi. On oletettavaa, että tällä tavalla pystytään säilyttämään vanhoja asiakassuhteita, mutta Yritys X:llä menee varmasti jossain kohtaa raja jonka alle yritys ei marginaaliaan laske, sillä konsernissa on yhtenäinen linja jonka mukaan tarjoukset tehdään.

Asiakasuskollisuus pankin valinnan tekijänä

Patisen (2010) mukaan ensiasunnonostajat eivät ole sitoutuneita omaan pankkiinsa, jossa he ovat asioineet kokoelämänsä. Yritys X:llä taas kokoelämänsä samassa pankissa asioineet kertoivat halustaan olla Yritys X:n asiakkaita ja he eivät halua vaihtaa pankkia, ellei ole pakko esimerkiksi todella huonon lainatarjouksen takia. ”Olin valmiiksi Yritys X:n asiakas enkä jaksanut säätää”.

Samassa konsernissa asioineet kertoivat olevansa, niin tyytyväisiä Yritys X:n palveluun ja helppouteen asioinnin suhteen, että kilpailuttaminen ja pankin vaihtaminen ovat hankalampaa. ”Helppous ei tarvinnut ruveta säätämään. Ei suurempaa valittamista. Lainaa olisi voitu myöntää enemmänkin. Halu olla Yritys X:n asiakas. Lainan hinnalla ja kuluilla ei juuri ollut väliä”.

Alle 3 vuotta Yritys X:n asiakkaina olleet kertoivat, ettei lainapankilla ole niin väliä. Kunhan he saavat hyvällä marginaalilla tarjouksen jostain pankista ja palvelu on parempaa kuin aiemmassa pankissa, niin he ovat tyytyväisiä.

Palvelumaksut pankin valinnassa

Patinen (2010) kertoo opinnäytetyössään, että Osuuspankin valintaan lainapankiksi ei vaikuttanut palvelumaksut. Hänen haastattelemat henkilöt sanoivat samaa kuin Yritys X:llä, että palvelumaksut ovat melkein jokaisessa pankissa samat.

Palvelumaksut eivät ole pankin valintaan vaikuttava tekijä myöskään Yritys X:llä. Asiakkaat sanoivat, että ne ovat joka paikassa suunnilleen samat ja niillä ei ole minkäänlaista merkitystä pankin valinnassa. Yksi poikkeus kuitenkin vastauksista löytyy. Yksi laina-asiakas ihmetteli suureen ääneen sitä, että Visa Electronista peritään 2 euroa kuukausittain, vaikka hän maksaa jo suurta asuntolainaa. Hän olisi valmis vaikka vaihtamaan pankkia, jotta saisi lainan ilman palvelumaksuja, sillä joistain pankeista saa ilmaiseksi kaikki päivittäispalvelut.

Säännöllinen säästäminen lainanmaksun yhteydessä

Ainoastaan asuntolaina asiakkaista kaksi henkilöä säästää säännöllisesti kymmenestä laina-asiakkaasta. ”Minulla ei ole kuukausittaista säästämistä. Käyttötilille jäävät varat käytän yleensä matkusteluun. En kuukausisäästä ja en halua rahastoja, sillä en luota niihin koska vanhaa mummoani oli huijattu ottamaan rahasto, jotka olivat kaikki miinuksella ja jäi kauheasti tappiolle. Säästötilille voisin miettiä laittavani ylimääräisiä rahoja”.

Kesätöissä finanssi yhtiössä ollut henkilö kertoi säästävänsä joka kuukausi säännöllisesti, mutta ei mihinkään mitä Yritys X hänelle ehdottaa. Hän ei luota siihen, että pankki ajaisi hänen vaan pankin etuja. ”Kokoajan säästän esimerkiksi osakkeisiin, mutta lähtökohtaisesti en suositu säästämään mihinkään mitä Yritys X ehdottaa. Pankkineuvojat ajavat vain pankin etua, eikä asiakkaan etuja (omat tavoitteet). Pankin sen hetkisiä parhaita vaihtoehtoja pankille ehdotetaan asiakkaille”.

Laina-asiakkaat ”säästävät” rahaa maksamalla omaa asuntolainaa pois. He kokevat, että jos jonain päivänä tulee tarvetta rahalle, niin silloin asunto laitetaan myyntiin ja muutetaan vuokralle asumaan. ”Säästäminen!! Jos säästää, niin ihan itse. Maksaa omaa asuntoa pois ja saa säästöä sillä. Jos eläkkeellä tarvitaan rahaa niin asunto vaan myyntiin”.

Kaksi henkilöä jotka kertoivat säästävänsä säännöllisesti, sanoivat että on mukavaa, kun palkkapäivänä tililtä ”katoaa” rahaa. He eivät tiedä kuinka paljon heidän säästötilille on kertynyt rahaa, sillä tili on piilossa. Nämä säännöllisesti säästäneet henkilöt kertoivat olevansa todella tyytyväisiä päätökseen säästää. Tarvittaessa rahat voidaan käyttää asuntolainaan, jos muuten ei löydy rahaa maksaa lainaa. ”Hyvä että tililtä katoaa heti säännölliseen säästämiseen. Oli myös lainaehtona, että otetaan säästäminen mukaan. Hyvä, koska tietää että saa aina säästöön rahaa. En tiedä, että kuinka paljon on rahaa. Tuo turvallisuutta”.

Kaksi muuta henkilöä perustelivat säästämisensä, niin ettei heidän tarvitse säästää sillä heillä on jo sijoitusasunnot joista he kerryttävät varallisuutta ja säästöä. ”Tällä hetkellä sijoitus-asunto eli en säästä muuten. Vähän säästän, mutta käytän ne heti kun on tarvetta. En kummempia säästämisiä mieltä sijoitusasunnon lisäksi”.

Patisen (2010) mukaan nykyajan ihmiset eivät koe säästämistä niin hyödylliseksi, kuin sota-ajan lapset, jotka säästivät pahanpäivän varalle. Osuuspankin laina-asiakkaat eivät ole kovia säästämään, niin kuin ei myöskään Yritys X:n asiakkaat. Tutkimustulokset ovat siis vastaavanlaisia. Patinen ei ole sen tarkemmin tutkimuksessaan selvittänyt asuntolainanottajien säästämistä.

Lainaturva asuntolainan yhteydessä

Kahdella asiakkaalla kymmenestä on lainaturva. Yksi asiakkaista kertoo lainaehtoihin olleen sidottuna lainaturva. Yritys X oli perustellut, että koska näin iso laina on kyseessä, niin se voidaan myöntää, jos siihen sisällytetään lainaturva. Asiakkaan mielestä tuote voi olla hyödyllinen, jos toinen puolisoista kuolee ja hän jää yksin velan kanssa. Silloin tuote voi olla hyödyllinen. Toinen perustelee valintaansa, sillä että oma pankkineuvoja oli suositellut ottamaan lainaturvan. ”Pankkineuvojan suosituksesta. On hyvä olla varalla, jos joskus sattuu jotain ja hyvä ettei sitä turvaa ole kuitenkaan tarvinnut”. Asiakkaat jotka ovat ottaneet lainaturvan, ovat olleet tyytyväisiä valintaansa.

Asiakkaat jotka eivät ole lainaturvaa valinneet perustelevat valintaansa, niin että lainaturvat ovat turhia tuotteita, joita pankit vain myyvät omien etujensa takia. Moni laina-asiakas perustelee valintaansa myös, niin että jos joskus jotain tapahtuu, niin sellaisessa tilanteessa laiteetaan asunto myyntiin ja muutetaan vuokralle, sen sijaan, että kuukausittain maksetaan lainaturva tuotteesta. ”Turha, koska se on pankille hyväntekeväisyyttä. Jos ei pysty lainaa maksamaan, niin myydään asunto. Tuotetta vaan myydään kaupanpäälle, jotta saadaan kuluja lisää. Vaikea ennustaa tulevaisuuteen”. Useat joilla ei ole lainaturvaa pitävät omaa työpaikkaansa sen verran turvallisena, etteivät he usko menettävänsä töitä, tai että omalta alalta saa aina jonkin laista työtä ettei siltä tarvitse tai kannata suojautua.

Osa perustelee myös valintaa, niin että koska he säästävät lainanmaksun yhteydessä ja heillä ei ole lainaturvaa, niin sellaisessa tapauksessa voidaan säästöstä ottaa varoja, jotka laitetaan lainanlyhennykseen, jos tulevaisuudessa tapahtuu jotain. Osa ei ole ikinä ajatellut asiaa jos he sairastuvat, sillä he eivät halua ajatella sellaista tilannetta. Jos he vaikka sairastuvat, niin sille ei voi silloin mitään ja tilannetta katsotaan silloin uudestaan. Ihmisillä on eri perusteluja sille, miksei lainaturvaa koeta hyödylliseksi. Osa perustelee tuotetta myös niin, ettei ole varaa sairastua.

Korkokatto asuntolainan yhteydessä

Neljällä asiakkaalla kymmenestä on korkokatto asuntolainassaan. Ihmiset joilla ei ole korkokatto, eivät pidä korkokattoa hyödyllisenä tuotteena. Heidän mielestä itse tuotteesta maksetaan kuukausittain enemmän kuin mahdollisesta koron noususta tulevaisuudessa. Toiset pitävät tätä tuotetta pankin rahastuskeinona. ”Ei tarvetta, maksut tulevat kalliimmiksi, kun itse korko tai jos korot nousevat niin korko on silti matalampi, kun korkosuojan korkokatto”.

Nämä henkilöt jotka ovat valinneet korkokaton pitävät tuotetta hyödyllisenä mahdollisilta koronnousuilta. He kokevat pystyvänsä suunnittelemaan elämää seuraavan 5 vuoden ajan, vaikka korot nousisivat. ”Tuntu ajatukselta turvaa, että lainan korko pysyy samana tietyn aikaa, eivätkä korot lähde nousuun. 5 vuodeksi otettu, jos tulee koron nousua, niin lainaa on jo maksettu jonkin verran pois. Jos korot nousee 5 vuoden jälkeen niin voi ruveta miettimään, että tarvitseeko silloin enää korkokattoa, kun on maksanut jo paljon lainaa ja korot eivät ole silloin enää niin korkeat”.

5.8 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Opinnäytetyössä on käytetty runsaasti uusia lähteitä, ja jos joku lähteistä on ollut 10 vuotta vanha, niin sen lähdetiedot on tarkistettu vielä Internet lähteiden avulla. Tämä lisää lähteiden luotettavuutta. Lähteiden luotettavuuteen vaikuttaa myös se asia, että opinnäytetyöntekijän ohjaaja on myös lukenut työn läpi ja antanut virheellisistä teorioista palautetta, mitkä on korjattu oikeiksi lähde tiedoiksi.

Opinnäytetyöntekijä on toteuttanut itse kaikki haastattelut. Kaikki tutkimustulokset on kirjattu haastattelutilanteessa ylös paperille ja vastaukset on kirjoitettu puhtaaksi heti haastatteluiden jälkeen. Ylös kirjaamalla tutkimustulokset on saatu varmistettua, että analyysivaiheessa ei ole jäänyt yhtään vastausta kirjaamatta.

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa myös se, että tutkijalla ei ollut ennestään omakohtaista kokemusta asuntolainan ottamisesta. Tästä syystä haastattelija ei ole ollut kysymysten suhteen johdatteleva.

Haastattelijalla ei ollut ennakko-odotuksia tutkimustuloksista, joten hän ei tehnyt tutkimuskysymyksiä sen pohjalta, että pystyisi johdattelemaan tutkimuksen haluamiinsa tuloksiin. Tämä on ensiarvoisen tärkeää tutkimusta ajatellen.

Haastattelija ei ole saanut opinnäytetyön tekemisestä palkkaa, joten kukaan sivullinen yrityksessä ei ole pystynyt vaikuttamaan tutkimustuloksiin omilla mielipiteillään. Eikä opinnäytetyöntekijä ole tehnyt tutkimusta löytääkseen yritykselle parhaita ratkaisuja, vaan tutkiakseen aihetta kokonaisvaltaisesti ja löytääkseen yritykselle mahdollisia kehitysehdotuksia.

Tutkimukseen osallistuneiden määrä oli riittävä, sillä tutkimusaineistosta on saatu riittävästi vastauksia tutkimusongelmaan ja analysointia varten. Tutkimuksen luotettavuudelle on tärkeää, että tutkimusaineistoa saadaan riittävästi. Tutkittavien määrä koostuu tutkittavasta aiheesta.

6 Tutkimustulosten tulkinta

Sivulla 23 Ylikoski ja Järvinen (2011, 46) perustelevat, että vain viisikymmentä prosenttia eli puolet laina-asiakkaista kilpailuttaa asuntolainansa. Heidän mukaan asiakkaat ovat tyytyväisiä nykyisiin rahalaitoksiin, jonka takia palveluiden kilpailuttamista ei koeta hyödylliseksi. Tämä tuli myös tutkimustuloksissa esille, sillä puolet asiakkaista oli kilpailuttanut asuntolainansa. He ovat kokeneet saaneensa niin hyvää ja luotettavaa palvelua Yritys X:ltä, ettei heidän kannata kilpailuttaa lainoja. Kilpailuttaneista asiakkaista vain kolme olisivat olleet valmiita vaihtamaan pankkia, jos he eivät olisi saaneet haluamaansa tarjousta.

Aivan kuten Peltonen (2011, 36-37) mainitsee teoriaosuudessa sivulla 18, että sopimuskumppanin vaihto koetaan hankalana ja aiheuttaa asiakkaalle uusia tuntemattomia ongelmia joihin ei ole totuttu vanhan sopijakumppanin kanssa. Tutkimustulosten perusteella tämän voidaan todeta pitävän paikkaansa Finanssialan Yritys X:ssä, sillä asiakkaat eivät halunneet vaihtaa eri finanssiyhtiöön, vaikka olisivat saaneet paremman lainatarjouksen toiselta pankilta tai vastaavanlaisen. He haluavat olla Yritys X:n asiakkaita ja kokevat olevansa sitoutuneita nykyiseen pankkiinsa.

Joissakin tapauksissa vaikka asuntolainan marginaali oli matalampi toisessa yrityksessä, niin sopimuskumppania ei vaihdettu tästä huolimatta. Peltosen (2010) mukaan silloin hinta ei ole päätökseen johtanut tekijä, vaan luottamus yrityksen ja asiakkaan välillä. Tämä tarkoittaa tunneperäisten syiden olevan päätöksentekoon johtanut päätös. Yritys X:llä kahdeksan asuntolainan ottajaa kertoi olleensa koko elämän saman pankin asiakkaita, lukuun ottamatta paria laina-asiakasta, jotka ovat olleet parin vuoden ajan kilpailijoilla. Tästä huolimatta tili, verkkopankki ja esimerkiksi omat osakkeet oli jätetty Yritys X:n, vaikka lainat ovat olleet toisessa pankissa. He ovat saaneet ensimmäisen asuntolainan kilpailijoilta parempana ja vaihtaneet sinne. Tämän jälkeen toisessa asuntolainassa asiakkaat ovat vaihtaneet takaisin Yritys X:lle. Vaikka asiakkaat kilpailuttivat useita pankkeja, niin he kokivat silti haluavansa olla Yritys X:n asiakkaita ja osa hyväksyi kilpailuttamatta Yritys X:n tarjouksen.

Peltosen (2010) ja Ylikoski ja Järvisen (2011) mukaan suurelle osalle asiakkaista pelkkä hinta on ratkaiseva tekijä pankkia valitessa. Tämän tutkimuksen perusteella hinnan vaikutus pankkia valitessa ei ollut ratkaiseva tekijä. Ainoastaan kolmelle asiakkaalle hinta oli ratkaisevassa

roolissa lainapankkia valitessa. Enemmän ratkaisevana tekijänä voidaan pitää pankin kokonaisvaltaista toimintaa, luotettavuutta ja asioiden helppoutta.

Ylikoski ja Järvisen (2011) mukaan asiakkaan ajankäytöllä voidaan todeta olevan vaikutusta pankin valintaan. Se kuinka nopeasti palveluyrityksessä pankkipalvelu saadaan käyttöön, on yksi pankinvalinnan peruste. Näin voidaan todeta myös tutkimustulosten perusteella, sillä kaksi asiakasta kertoi saaneensa lainalupauksen parissa päivässä, kun heillä oli kiire saada lisärahoitusta. Toisilla rahalaitoksilla heille oli kerrottu, että heidän tarvitsee säästä parivuotta, jotta he saavat omarahoitusta 15-20 prosenttia.

Ylikoski ja Järvisen (2011) teettämän tutkimuksen mukaan palvelumaksut ovat asiakkaalle oleellisia kustannuksia palvelua valittaessa ja palveluita käytettäessä. Finanssialan Yritys X:n asiakkaiden mukaan palvelumaksut eivät ole ratkaisevassa roolissa pankkia valitessa. Palvelumaksut ovat samaa luokkaa jokaisessa pankissa ja niiden kustannuksiin ei kannata kiinnittää huomiota pankkia valitessa.

Ylikoski ja Järvinen (2011, 36) ovat sitä mieltä, että riippuen asiakkaan tuntemisesta ja asiakassuhteesta tällä hetkellä käytettävään pankkiin vaikuttavat siihen, minkälaisen sopimuksen asiakas pystyy neuvottelemaan nykyisen pankin kanssa. Kahdessa tapauksessa asiakkaat saivat neuvoteltua paremman tarjouksen Yritys X:ltä, kuin kilpailijoilta näyttämällä toisen pankin tarjousta. Kyseiset asiakkaat pystyivät neuvottelemaan olemassa olevan asiakassuhteen ansiosta itselleen paremmat lainatarjoukset.

Perheiden vaikutusta Bergström ja Leppänen (2007) käsittelevät sivulla 21-22. Kappaleessa voidaan todeta perheellä olevan vaikutuksissa pankin valintaan, sillä kahdeksan Finanssialan Yritys X:n pankiksi valinneista sanoo olleensa koko elämänsä saman pankin asiakas. Pankin vaihtaminen koettiin hankalaksi ja epämiellyttäväksi. Omat vanhemmat ohjaavat käytöksellään ja tottumuksillaan omia lapsia samantyyppiseen käyttäytymiseen. Esimerkiksi käytetään samoja ruokamerkkejä kuin vanhemmat. Voidaan todeta omien vanhempien avanneen ensimmäiset tilit Yritys X:n, koska heidän oma asiointi on kyseisessä pankissa. Tämä johtaa siihen, että asiakkaat jatkavat kyseisen pankin käyttämistä myös tulevaisuudessa.

Ylikosken ja Järvisen (2011, 26-27) mielestä palvelut ovat keskeisessä roolissa pankin valinnassa esimerkiksi vuorovaikutus asiakaspalvelussa, verkkopankin käytön sujuvuus ja viestintä yhtiön kanssa. Asiakkaiden mielestä palvelu on aina toiminut todella hyvin Yritys X:ssä. He ovat saaneet tarvittaessa asiantuntijapalveluita ja teknisesti puhelinpalvelu ja muu yhteydenpito on järjestetty hyvin yrityksen sisällä. Esimerkiksi verkkopankista asiakkaat saavat hyvin vastauksia esittämiinsä kysymyksiin ja verkkopankki toimii yrityksellä todella hyvin asiakkaiden mielestä.

Alhonsuo ym. (2012) kertovat finanssialan yritysten haluavan olla palvelultaan mahdollisimman laadukkaita, tarjota asiakkailleen parasta mahdollista palvelua ja turvallisuutta, sillä jotkut kuluttajat voivat pelätä tietoturvallisuuttaan keskittäessään samaan yhtiöön kaikki palvelut. Osa laina-asiakkaista kertoivat olevansa keskittäneet kaikki pankkipalvelunsa Yritys X:n alle. He sanoivat, että tällaisissa tapauksissa pankin kokonaisvaltainen toiminta on tärkeää, sillä kaiken palvelun on keskittänyt samaan paikkaan ja sitä edellyttää, että palvelu myös toimii. Verkkopankin toimivuus ja luotettavuus tulivat useaan kertaan esille tutkimuksessa. Asiakkaat olivat tyytyväisiä juuri verkkopankin toimivuuteen ja luotettavuuteen.

Bergströmin ja Leppäsen (2007) mukaan ajankäytöllä voi olla suurikin merkitys yrityksen valintaan, sillä palvelut tarvitaan nopeasti asiakkaan käyttöön. Tämä pätee myös laina-asiakkaisiin, sillä laina-asiakkaat ovat sitä mieltä, että mitä nopeammin asuntolainan saa, sen nopeammin kaupat pystytään myös hoitamaan. Samoin jos on löydetty jo sopiva asunto ja siihen tarvitaan lainaa, niin mitä nopeammin asuntolainan päätös tulee, sen todennäköisemmin kuluttaja valitsee tämän kyseisen yrityksen. Yritys X:ssä asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä nopeaan lainatarjoukseen ja he ovat ottaneet lainan Yritys X:ltä, koska sieltä on saanut nopeimman päätöksen.

7 Johtopäätökset

Tutkimus ei ole valmis, kun tutkimusaineisto on analysoitu. Tutkimustuloksia on selitettävä ja tulkittava. Tuloksinna tarkoituksena on pohtia analyysin tulokset ja tehdä näistä omia johtopäätöksiä. Tulosten analysointi ei ole riittävä, sillä tuloksista laaditaan vielä synteesejä, eli kootaan pääseikat yhteen ja nämä antavat vastaukset asetettuun tutkimusongelmaan. Johtopäätökset perustellaan laadituilla synteeseillä. Pohditaan mikä saatujen tulosten merkitys tutkimusalueella on ja mikä merkitys tuloksilla voisi olla. (Hirsjärvi ym. 2010, 229-230).

Opinnäytetyöntekijä on mielestään onnistunut vastaamaan tutkimusongelmaan eli millä kriteereillä lainapankki valitaan? sekä mitkä asiat vaikuttavat laina-asiakkaiden säästämishalukkuuteen?

Moni asia vaikutti siihen miksi lainapankiksi on valittu juuri Finanssialan Yritys X. Marginaali sekä lainaehdot ovat tärkeimmät pankin valinnan kriteerit. Perheellä on suuri vaikutus siihen mitä pankkia lapset käyttävät myöhemmällä iällä.

Kilpailuttaminen ja pankin vaihtaminen koetaan hankalaksi ja epämiellyttäväksi. Tästä huolimatta puolet asiakkaista on kilpailuttanut asuntolainansa, joista kolme asiakasta olisi ollut valmiita vaihtamaan laina-pankkia paremman tarjouksen saadessaan. Vaikka he eivät mielel-

lään olisi pankkia vaihtaneet, niin he olisivat silti sen tehneet, jos olisivat saaneet paremman marginaalin muualta.

Ensiasunnon ostajien voidaan todeta kilpailuttavan enemmän asuntolainoja kuin toisen tai useamman asunnon jo ostaneet. Ensiasunnon ostajille voidaan todeta hinnan myös olevan ratkaisevampi tekijä kuin toisen tai useamman asunnon ostajille. Ensiasunnon ostajat pohtivat lainapäästöstä pidempään kuin useamman asunnon jo ostaneet. Useamman asunnon jo ostaneet osaavat kiinnittää huomion oikeisiin asioihin lainaehdoissa ja he eivät tarvitse niin suurta neuvontaa lainaehtojen selvittämiseen.

Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta asiakkailta olevan kova halua olla Yritys X:n asiakkaita. Laina-asiakkaat kokevat myös Yritys X:n palvelun olevan erinomaista ja helppoa asioida, koska kaikki on sen verran tuttua ennestään ja hyvin organisoitua. Kaikki säättäminen olivat syitä miksi asuntolainoja ei haluttu kilpailuttaa ja pankkia vaihtaa. Olemassa oleva asiakkuus vaikuttaa paljon siihen, miksi he valitsivat Yritys X:n lainapankiksi.

Vastauksien perusteella asiakkaat jotka ovat olleet koko elämänsä saman pankin asiakkaita, eivät halua vaihtaa pankkia tai pankin vaihto koetaan säättämiseksi. Jos toiselta pankilta on saatu parempi lainatarjous, niin yleensä sen tarjouksen kanssa tullaan uudelleen pankkiin ja toivotaan parempaa lainatarjousta, ettei pankkia tarvitse vaihtaa. Moni kokee haluavansa olla Finanssialan yritys X:n asiakkaita vaikka, parempia tarjouksia oli saatu toisilta pankeilta.

Asiakkaat jotka ovat olleet alle 3 vuotta Yritys X:n asiakkaita, eivät koe olevansa, niin sitoutuneita Yritys X:n, kuin koko elämän samassa pankkikonsernissa asioineet. Nämä ihmiset olivat kokeneet saaneensa todella huonoa palvelua edellisissä pankeissa ja hyväksyneet sen takia Yritys X:n lainatarjouksen. He ovat myös kokeneet saaneensa parhaimman tarjouksen Yritys X:ltä. Kyseiset asiakkaat ovat myös kilpailuttaneet enemmän pankeja, kuin ennestään Yritys X:n laina-asiakkaina olleet asiakkaat. Näille asiakkaille pankin vaihtaminen ei ollut niin iso asia kuin samassa pankissa kokoelämänsä asioineille.

Palvelumaksut eivät vaikuta pankin valintaan, sillä palvelumaksut ovat jokaisessa pankissa suunnilleen samat. Enemmän pankin valinnan kriteereitä ovat: lainaehdot, marginaali, olemassa oleva asiakkuus, kokonaisvaltainen toimivuus, helppous- ja nopeus pankkipalveluissa.

Peltosen (2010) mukaan huonot säästäjät pitäisi ”pakottaa” säästämään. Hänen mukaansa Suomessakin voitaisiin kokeilla Australian lakia, jonka mukaan tietty prosentti omasta palkasta on pakko säästää 5 vuoden ajan ja tämän jälkeen ihmiset saavat valita haluavatko enää säästää. Yritys X:n laina-asiakkaat ovat huonoja säästämään. Vain kaksi ihmistä kymmenestä säästää säännöllisesti. Kaksi muuta laina-asiakasta kertoi säästävänsä ilman Yritys X:n suosi-

tuksia suoraan osakkeisiin. Tämä tukee myös sitä, että suomalaiset ovat pohjoismaiden huonoimpia säästäjiä.

Kahdella asiakkaalla oli huonoja kokemuksia toisesta finanssiyhtiöstä. Huonon palvelun sekä huonosti toimivan verkkopankin toiminta edesauttoivat pankinvaihtoa Yritys X:n asiakkaiksi. On erityisen tärkeää pankin valinnassa, että pankin asiakaspalvelu toimii hyvin, pankkiasiointi koetaan turvalliseksi ja helpoksi.

Lainaturva ja korkokatto otetaan lainanyhteydessä, jos oma pankkineuvoja suosittelee kyseisen tuotteen ottamista. Jos tuotteen hyödyt osataan kertoa asiakkaille, niin asiakkaat harkitsevat tällaisessa tapauksessa tuotteen valitsemista.

8 Kehitysehdotukset

Yksi asiakkaista vastasi, että ei voi säästää koska ei jää ylimääräistä rahaa asuntolainan maksun jälkeen ja hän ei halua säästää, koska maksaa jo kallista asuntolainaa ja kerryttää omaa varallisuutta maksamalla asuntolainaa pois. Onko tällaisessa tilanteessa todellinen maksukyky laskettu, jos asiakkaalla ei ole asuntolainan maksun jälkeen ”varaa” säästää rahaa?

Vaikka Yritys X:n henkilökohtaiset pankkineuvojat ovat kerran vuodessa yhteydessä asiakkaisiin, mutta asuntolainan noston jälkeen voisi olla hyvä, jos pankkineuvoja olisi asiakkaaseen puolen vuoden jälkeen yhteydessä ja keskustelisi siitä miten uuden asuntolainan kanssa on sujunut. Tämä herättäisi luottamusta asiakkaan ja pankin välillä, vaikka kaikki asiat sujuisivat hyvin asiakkaan osalta ja mitään tarpeita pankkia kohtaan ei tullut. Sillä yksi asiakkaista kertoi olleensa harkinnut useasti säännöllistä säästämistä, mutta ei ollut saanut aikaiseksi tehdä asialle mitään. Hän oli käynyt toukokuussa asuntolainaneuvottelussa, mutta ilmeisesti tarve säästämiseksi on herännyt vasta tämän jälkeen. Jälkikontaktilla voidaan herättää asiakkaan tarpeita pankkiasioiden päivittämiseksi. Kyseisestä aiheesta kerrotaan lisää kappaleessa ostoprosessin vaiheet.

9 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Tutkimus on suoritettu kvalitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen, jossa haastateltiin Finanssialan yritys X:n Kanta-Helsingin konttorin asiakkaita. Jatkotutkimusmahdollisuutena on selvittää vaikuttavatko esimerkiksi paikkakunnat tutkimustuloksiin. Onko esimerkiksi pienemmillä paikkakunnilla ystävyyssuhde - tai sukulaisuus suhde syynä asuntolainan valitsemiseen tietystä pankista?

Laina-asiakkaiden säästämishalukkuudesta on mahdollista tehdä jatkotutkimus, joka keskittyy vain laina-asiakkaiden säästämiseen. Olisiko Australiassa käyttöön otettu lainsäädäntö hyödyllinen myös Suomessa? Peltosen (2010) mukaan vain 1/5 ihmistä Australiassa säästi jollain tavalla rahaa, mutta lainsäädäntö muutti Australiassa, niin että jokaisen ihmisen tarvitsee säästää tietyn verran omasta palkasta seuraavaan 5 vuoden ajan. Tämän 5 vuoden jälkeen vain pieni osa ihmisistä lopetti säännöllisen säästämisen. Eli lainanmaksun yhteydessä ensimmäiset 5 vuotta olisi pakollista säästää lainanmaksun yhteydessä, jonka jälkeen olisi valinnaista halua enää säästää. Aihetta tutkimalla olisi mahdollista selvittää miten kyseinen lainsäädäntö voisi toimia Suomessa. Olisivatko suomalaiset ehdottomasti tällaista lainsäädäntöä vastaan vai aiheuttaisiko tämä Suomeen samanlaisen käytännön kuin Australiassa, että 5 vuoden jälkeen säännöllistä säästämistä vain jatketaan?

Toinen tutkimusmahdollisuus on tutkia Peltosen (2010) käytännön mukaan työssäkäyviä asiakkaita joiden olisi pakko säästää kuukausittain esimerkiksi 5 % omasta palkasta. Minkälaisia mielipiteitä tällainen lainsäädäntö aiheuttaisi Suomessa?

Ajattelevatko asiantuntijat samalla tavalla lainapankin valinnasta, kuin mitä tutkimustulokset ovat antaneet ymmärtää? Jatkotutkimuksena voidaan toteuttaa asiantuntijoiden haastatteluja ja verrata näitä tuloksia asuntolainanottajien tuloksiin.

Eroavatko säästämishalukkuudet eri konttoreissa tai paikkakunnilla, vai ovatko suomalaiset ylipäänsä huonoja säästäjiä, niin kuin tutkimustuloksista voidaan todeta? Jatkotutkimusmahdollisuutena säästämishalukkuuden tutkimista voidaan laajentaa eri konttoreiden ja paikkakuntien välille. Tutkimuksen voi toteuttaa kuluttajien säästämishalukkuudesta ylipäänsä.

Lähteet

Kirjallisuuslähteet

Alhonsuo, S., Nisén, A., Nousiainen, S., Pellikka, T. & Sundberg, S. 2012. Finanssitoiminnan käsikirja. 2. painos. Jyväskylä: Finva.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2007. Markkinoinnin maailma. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara P. 2010. Tutki ja kirjoita. 15.-16. painos. Hämeenlinna: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Leppänen, E. 2012. Markkinointi on tarinan kerrontaa. Klaava Media. E-kirja. Viitattu 26.1.2014.

Linnainmaa, L & Palo, M. 2007. Asunnonhankintaopas. 2. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Mason, P & Gordon, M. 2010. Ei raha puussa kasva!. Karkkila: Kustannus-Mäkelä Oy.

Peltonen, A. 2011. Kunnioita asiakasta. Lisää luottamusta. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

Pitkänen, N. 2004. Himasta: Käsikirja itsenäiseen elämään. Keuruu: Otava Kirjapaino Oy.

Tuhkanen, J. 2006. Korkokäsikirja. Helsinki: Edita Oy.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. 9. painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Ylikoski, T & Järvinen, R. 2011. Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla. Jyväskylä: Finva.

Internet lähteet

Aktia 2014. Hinnasto. http://www.aktia.fi/tilit_ja_saastaminen/hinnasto. Viitattu 23.1.2014.

Asuntolainalaskuri 2014. Asuntolainan korko. <http://www.asuntolainalaskuri.fi/asuntolainan-korko/>. Viitattu 26.1.2014.

Asuntolainan kilpailuttaminen 2013. Kilpailuta vanha asuntolainasi. <http://www.asuntolainankilpailuttaminen.fi/category/kilpailuta-vanha-asuntolainasi/>. Viitattu 26.1.2014.

Asuntolaina 2011. Asuntolainan kilpailuttaminen. <http://www.asuntolaina.co/oppaat/asunnon-ostaminen/asuntolainan-kilpailuttaminen/>. Viitattu 13.1.2014.

Danske Bank 1.5.2013. Palveluhinnasto-ote henkilöasiakkaille. [http://www.danskebank.fi/PDF/fi/Henkiloasiakkaat/Tilit,%20kortit,%20maksaminen/Hinnasto t/PALVELUHINNASTO-OTEHENKILOASIAKKAILLEFISP.pdf](http://www.danskebank.fi/PDF/fi/Henkiloasiakkaat/Tilit,%20kortit,%20maksaminen/Hinnasto%20t/PALVELUHINNASTO-OTEHENKILOASIAKKAILLEFISP.pdf). Viitattu 23.1.2014.

Handelsbanken 2014. Kortit. http://www.handelsbanken.se/shb/inet/IStartFi.nsf/Frameset?OpenView&id=X_HandelsbankenRahoitus. Viitattu 23.1.2014.

Handelsbanken 2014. Verkkopalvelut. <http://handelsbanken.fi/shb/inet/istartfi.nsf/FrameSet?OpenView&id=&navid=1>

O_Tilit,_kortit_ja_maksut&sa=/SHB/Inet/ICentFi.nsf/Default/q519A60057ADF571EC22571060042A67C. Viitattu 23.1.2014.

Infopankki 14.1.2014. Oma asunto. <http://www.infopankki.fi/fi/elama-suomessa/asuminen/oma-asunto>. Viitattu 14.1.2014.

Kauppalehti 2014. Korot. <http://www.kauppalehti.fi/5/i/porssi/korot/>. Viitattu 15.1.2014.

Kilpailu ja kuluttajavirasto 2013. Lainan lyhennystavat. <http://www.kuluttajavirasto.fi/asuminen/ostaminen/asuntolaina>. Viitattu 8.1.2014.

Kilpailu ja kuluttajavirasto 2012. Lainaturva. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajalle/raha-asiat/luotot/luottosopimus/lainaturva/>. Viitattu 18.1.2014.

Kilpailu ja kuluttajavirasto 2012. Lainaturvavakuutus. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/talous-ja-velkaneuvonta/luotot/lainaturva/lainaturvavakuutus/>. Viitattu 18.1.2014.

Lainaa 2014. Asuntolaina. <http://www.lainaa.org/asuntolaina/>. Viitattu 23.1.2014.

Lassilla, A. 2013. Helsingin Sanomat. Kommentti: Ei kannata ottaa yli 1,5 prosentin marginaalia asuntolainaan. <http://www.hs.fi/talous/Kommentti+Ei+kannata+ottaa+yli+15+prosentin+marginaalia+asuntolainaan/a1305714913125>. Viitattu 26.1.2014.

Manninen, L. 31.7.2013. Taloussanomat. Moni valitsee korkokaton - ei ehkä kannattaisi. <http://www.taloussanomat.fi/asuminen/2013/07/31/moni-valitsee-korkokaton-ei-ehka-kannattaisi/201310516/310>. Viitattu 22.1.2014.

Niemeläinen, J. 9.7.2013. Taloussanomat. Pankkien palvelumaksujen vertailu on vaikeaa. <http://www.taloussanomat.fi/porssi/2013/07/09/ajattelit-sitten-maksaa-laskun-pulita-viisi-euroa/20139379/170>. Viitattu 22.1.2014.

Nordea 1.1.2014. Hinnat. <http://www.nordea.fi/Henkil%C3%B6asiakkaat/Hinnat/705184.html?bb=1&searchPhrase=hinnasto>. Viitattu 22.1.2014.

Osuuspankki 2014. Pankkipalvelut. <https://www.op.fi/op/henkiloasiakkaat/edut/edut-ja-alennukset/pankkipalvelut?id=43310&srcpl=3>. Viitattu 18.1.2014.

Patinen, S. 2008. Ensiasunnon ostajan lainapankin valintakriteerit. https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/19128/jamk_1214215326_4.pdf?sequence=2. Viitattu 9.3.2014.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto: Aineiston määrä ja tutkittavat. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2.html. Viitattu 8.3.2014.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto: Millaista aineistoa ja miten?. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_1.html. Viitattu 13.2.2014.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto: Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html. Viitattu 7.3.2014.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto: Tyypittely. Tampere: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_5.html. Viitattu 8.3.2014.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto: Valmiit aineistot. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_6.html. Viitattu 13.2.2014.

Suomen pankki 14.1.2013. Euribor*-korot ja Eonia*-korko, kuukauden keskiarvo.
http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/korot/Pages/tilastot_markkina-_ja_hallinnolliset_korot_euribor_korot_short_fi.aspx?params=SeriesName,D.EURIBOR3. Viitattu 16.1.2014.

Uusi laina 2014. Tasalyhenteinen laina.
<http://www.uusilaina.fi/tasalyhenteinen-laina/>. Viitattu 20.1.2014.

Vaalisto, H. & Karhunen, P. 23.11.2013. Iltasanomat. Ei enää listahintoja! Asuntolainan marginaalit repesivät - katso tämän hetken tasot.
<http://www.iltasanomat.fi/asuminen/art-1288623918997.html>. Viitattu 15.1.2014.

Julkaisemattomat lähteet

Finanssialan yritys X:n kotisivut. Viitattu 1.2.2014.

Taulukot

Taulukko 1: Vertailussa eri pankkien laina-asiakkaiden kulut.	14
--	----